

AS STARTUPS E AS REDES DE INOVAÇÃO

A autora, Beatriz Barbosa Barros atuou como Relações Institucionais na Secretaria de Governo da Prefeitura Municipal de Barueri – SP;

Relações Governamentais em empresa privada na área de Comunicação Institucional e Marketing de Cidades;

Graduanda em Gestão de Políticas Públicas na Universidade de São Paulo – EACH - USP.

Sócia da Agência de Comunicação Governamental City's Book (www.citysbook.com)

Membro do Grupo Criatividade, Comunicação, Inovação e Marketing - CRIARCOM na linha de pesquisa Criatividade, Inovação e Empreendedorismo.

São Paulo

2016



As startups e as redes de inovação

Startups consistem numa categoria de empresas com características próprias responsáveis por trazer inovação e competitividade. São conhecidas pela aplicação de novos métodos de gestão e criatividade seja no desenvolvimento de produtos ou serviços de base tecnológica, seja no desenvolvimento de novos padrões de relacionamento no mercado de trabalho marcado por uma gestão orientada para resultados, protagonismo e muita vontade de fazer acontecer envoltos numa estrutura que foge das estruturas hierárquicas tradicionais.

As atividades nas startups iniciam com estrutura pequena, mas esse pequeno começo não diz nada a respeito de seu futuro. Seus negócios apresentam alto potencial de crescimento no curto prazo e podem chegar a faturar milhões em apenas alguns meses. Do ponto de vista conceitual, [\(Ries, 2012\)](#) define as startups como instituições humana projetadas para criar novos produtos e serviços sob condições de extrema incerteza, isso significa dizer que a incerteza é na verdade uma oportunidade para a inovação.

O momento de recessão econômica e crise política que o Brasil está enfrentando é marcado pela incerteza, com desemprego na casa dos [11,2%](#), assistimos a desconstrução da tão sonhada segurança trazida por carreiras em empresas sólidas tradicionais com experiência de gerações que estão reduzindo suas operações e em casos mais graves fechando as portas. A incerteza fica a cada dia mais presente na sociedade e uma de suas externalidades positivas se traduzem no aumento nos níveis de empreendedorismo, motivado pela redução dos postos de trabalho. Nesse ambiente incerto, estamos diante de um momento de desconstrução de paradigmas e diante de oportunidades para a inovação trazidas pelo “inesperado” [\(Drucker, 1986\)](#), a crise é um evento externo inesperado que pode se traduzir em inovação bem como no [aumento da atividade empreendedora](#) .

Esse aumento nos níveis de empreendedorismo constitui um caminho para o fomento à inovação. A inovação em startups podem ser descobertas científicas originais, novos usos para uma tecnologia preexistente, criação de um novo modelo de negócios que libera um valor que estava oculto ou uma inovação na forma de disponibilizar um produto ou serviço a um novo mercado [\(Ries, 2012\)](#). Elas tem revolucionado o modo de fazer negócios o Uber, a maior companhia mundial de Taxi não possui um veículo e é avaliado em [66](#) bilhões de dólares, Facebook a maior empresa de mídia mundial não produz conteúdo algum, Alibaba o maior varejista mundial não tem estoques, segundo informações [The Global Startup Ecosystem Report \(2015\)](#).



Um importante aliado das startups na viabilização de suas inovações são as redes de inovação. Startups são produtos da “sociedade da informação” bem como da ampliação do uso da tecnologia móvel como parte da comunicação social, são empresas que tem em seu DNA a mobilização em rede, e utiliza-se dela para viabilizar e promover seus produtos ou serviços. Exemplo recente da mobilização em rede consistiu na captação de recursos para o desenvolvimento do produto [Ruggie](#), dispositivo que desativa despertador com o toque dos pés, cuja meta inicial era prospectar numa plataforma de *crowdfunding* UU\$ 50 mil e levantou UU\$168 mil três vez mais. Esse é um exemplo para ilustrar o poder da rede na articulação de recursos para a viabilização de uma inovação.

Na promoção da inovação, as redes de relacionamento são uma estratégia vital para as startups. Para [\(Tidd et al, 2008\)](#) as redes consistem numa estrutura composta por posições ou nódulos formados por indivíduos, empresas, unidades de negócios, universidades, governos, clientes entre outros atores ligados uns aos outros ou em interação. Pensar uma estratégia a partir da estratégia de redes pressupõe a influência que o contexto social desempenha sob o comportamento dos atores econômicos na esfera global, nacional, regional, setorial, organizacional ou individual.

A característica central das redes de inovação é o grau e o tipo de interação entre os atores, cujos produtos são relações dinâmicas porém instáveis, os atores de uma rede de inovação buscam reduzir a incerteza e os riscos num processo de aprendizagem conjunta. No interior das redes os agentes estão em constante transformação pela interação de suas experiências aplicada na resolução de problemas trazidos pela dinâmica de mercado, promovendo um ambiente de aprendizagem e inovação, são exemplos de redes de inovação: comunidades de práticas, clusters espaciais, redes setoriais, consórcios de projetos e novas tecnologias, fóruns setoriais entre outros.

As startups tem muito a ganhar quando se articulam nas redes de inovação, maximizando o acesso a novas tecnologias, informações privilegiadas e acesso a potenciais parceiros no desenvolvimento de novos negócios.