



VIII SINGEP

Simposio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability
ISSN: 2317-8302

8TH INTERNATIONAL CONFERENCE



UM MODELO DE INOVAÇÃO ABERTA ENVOLVENDO STARTUPS E UMA GRANDE CORPORAÇÃO BRASILEIRA

*AN OPEN INNOVATION MODEL INVOLVING STARTUPS AND A GREAT BRAZILIAN
CORPORATION*

THIAGO IGLESIAS DA SILVA

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE - USP

MARCOS ALBERTO CASTELHANO BRUNO

UNIVERSITÀ BOCCONI

Nota de esclarecimento:

Comunicamos que devido à pandemia do Coronavírus (COVID 19), o VIII SINGEP e a 8ª Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) foram realizados de forma remota, nos dias **01, 02 e 03 de outubro de 2020**.



VIII SINGEP

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability
ISSN: 2317-8302

8TH INTERNATIONAL CONFERENCE



UM MODELO DE INOVAÇÃO ABERTA ENVOLVENDO STARTUPS E UMA GRANDE CORPORAÇÃO BRASILEIRA

Objetivo do estudo

A inovação é considerada uma força propulsora que permite que organizações e nações alcancem ou sustentem uma vantagem competitiva. Neste contexto, há um segmento de empresas que vem se destacando nos últimos anos: as startups. A maneira como grandes corporações engajam com startups pode variar consideravelmente, desde eventos pontuais ou programas de aceleração, até eventuais aquisições. Sendo assim, o objetivo deste trabalho foi analisar uma iniciativa de inovação aberta de uma grande corporação brasileira que contemplou desde provas de conceito até a aquisição de uma startup em sua totalidade.

Relevância/originalidade

Modelos de inovação aberta permitem que grandes corporações usem a seu favor as milhares de soluções em estágio inicial que surgem diariamente por meio de startups, ao invés de competir com estas, seja para aprimorar sua proposta de valor, tornar mais eficiente algum processo ou acrescentá-las ao portfólio. Existem poucos estudos sobre esses tipos de interação. Neste estudo a corporação em questão optou por trabalhar com um modelo de aceleração de startups, no qual um relacionamento foi estabelecido com cinco startups e o apoio de um parceiro externo que possui experiência com programas do gênero via um modelo estruturado de trabalho com duração de quatro meses, um modelo pouco mencionado na literatura.

Metodologia/abordagem

Para atingir os objetivos de inovação da corporação foi adotado um modelo de interação entre a mesma e as startups por intermédio de um agente terceiro responsável pela condução de um Programa de Aceleração de Startups. O ciclo de aceleração de quatro meses se dividiu em oito quinzenas e cada quinzena foi chamada de sprint, portanto houve oito sprints de aceleração. Foram definidos indicadores de sucesso para o acompanhamento de cada prova de conceito e após o término do processo de aceleração foram avaliados os resultados e definidos os próximos passos para o relacionamento entre as empresas.

Principais resultados

Por meio do programa de aceleração a corporação foi capaz de sanar alguns de seus problemas com a ajuda das startups e, principalmente, conseguiu desenvolver inovações que estavam fora do core de seu negócio, algo que era uma preocupação da empresa, uma vez que trabalhar em inovações adjacentes e/ou transformacionais de maneira interna já havia se mostrado um desafio. Adicionalmente, em pesquisa posterior realizada pelo autor com a corporação foi demonstrado que a corporação ficou satisfeita com o processo, a maneira como ele foi conduzido e os resultados apresentados pelos trabalhos com as startups.

Contribuições teóricas/metodológicas

Poucos estudos sobre programas de aceleração corporativos são encontrados na literatura, este estudo, portanto, contribui com dados para análises futuras de modelos similares. Adicionalmente, como demonstrado no relato em questão, um mesmo modelo de inovação aberta em uma corporação gerou diferentes resultados nas interações com diferentes startups. Tais resultados geraram perguntas que podem servir de base para estudos futuras na área.

Contribuições sociais/para a gestão

Os resultados obtidos apontam que um programa de aceleração é uma ótima iniciativa para se obter inovação em um modelo aberto. A interação com startups gerou aprendizados para a corporação que não seriam possíveis tivesse ela se concentrado em realizar tais inovações internamente. O fator maturidade da startup teve um peso maior em definir se o relacionamento de longo prazo se construiria. Startups com menor equipe tiveram menos chances de ter um relacionamento duradouro configurado. O modelo da interação, por sua vez, não parece ser determinante para a perpetuidade do relacionamento.

Palavras-chave: startups, inovação, inovação aberta



VIII SINGEP

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability
ISSN: 2317-8302

8TH INTERNATIONAL CONFERENCE

CYRUS Institute of Knowledge
MAKE A DIFFERENCE

AN OPEN INNOVATION MODEL INVOLVING STARTUPS AND A GREAT BRAZILIAN CORPORATION

Study purpose

Innovation is considered a driving force that allows organizations and nations to achieve or sustain a competitive advantage. In this context, there is a segment of companies that has stood out in recent years: startups. The way in which large corporations engage with startups can vary considerably, from one-off events or acceleration programs, to eventual acquisitions. Therefore, the objective of this work was to analyze an open innovation initiative of a large Brazilian corporation that included everything from proof of concept to the acquisition of a startup in its entirety.

Relevance / originality

Open innovation models allow large corporations to use in their favor the thousands of early-stage solutions that emerge daily through startups, rather than competing with them, whether to improve their value proposition, make some process more efficient or add them to the portfolio. There are few studies on these types of interactions. In this study, the corporation in question chose to work with a startup acceleration model, in which a relationship was established with five startups and the support of an external partner who has experience with similar programs via a structured work model lasting four months, a model little mentioned in the literature.

Methodology / approach

To achieve the corporation's innovation objectives, an interaction model between the corporation and the startups was adopted through a third agent responsible for conducting a Startup Acceleration Program. The four-month acceleration cycle was divided into eight fortnights and each fortnight was called a sprint, so there were eight acceleration sprints. Success indicators were defined for the follow-up of each proof of concept and after the end of the acceleration process, the results were evaluated and the next steps for the relationship between the companies were defined.

Main results

Through the acceleration program the corporation was able to solve some of its problems with the help of startups and, mainly, managed to develop innovations that were outside the core of its business, something that was a concern of the company, since working in adjacent and / or transformational innovations internally had already proved a challenge. Additionally, in a subsequent survey conducted by the author with the corporation, it was shown that the corporation was satisfied with the process, the way it was conducted and the results presented by the work with the startups.

Theoretical / methodological contributions

Few studies on corporate acceleration programs are found in the literature, this study therefore contributes data for future analyzes of similar models. Additionally, as demonstrated in the report in question, the same model of open innovation in a corporation has generated different results in interactions with different startups. Such results generated questions that can serve as a basis for future studies in the area.

Social / management contributions

The results obtained point out that an acceleration program is a great initiative to obtain innovation in an open model. The interaction with startups generated lessons for the corporation that would not have been possible had it focused on making such innovations internally. The startup's maturity factor played a greater role in determining whether the long-term relationship would be built. Smaller team startups were less likely to have a lasting relationship set up. The interaction model, on the other hand, does not seem to be decisive for the perpetuity of the relationship.

Keywords: startups, innovation, open innovation