



ESTRATÉGIA DE *CROWDSOURCING* PARA A INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE: ESTUDO DE CASO EM EMPRESA VAREJISTA

Valtencir Pacheco
Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC
E-mail: vpa@unesc.net

Cristina Keiko Yamaguchi
Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC
E-mail: criskyamaguchi@gmail.com

Resumo

Na sociedade do conhecimento, em que a competitividade entre as pessoas e as organizações aumenta de forma significativa e a informação e o conhecimento são recursos-chaves, a cooperação representa um diferencial competitivo para os atores sociais (MORAIS; LUZ, 2010). No Brasil, os estudos sobre *crowdsourcing* (cocriação), ainda estão em fase inicial e poucas empresas estão operando de fato na perspectiva da cocriação. O tema *crowdsourcing* ainda é recente, mas os estudos a seu respeito ganham força à medida que se evolui para o estabelecimento de uma sociedade em rede, por meio de mídias sociais. A participação ativa do consumidor (*shopper*) se torna uma forma de diferenciação da empresa perante os concorrentes (PRAHALAD E RAMASWAMY, 2004). Sendo que estamos vivenciando um período de profundas transformações nas relações e transações comerciais entre as empresas e seus respectivos clientes. Muitas destas transformações, impactadas pela tecnologia da informação, por meio da internet, mídias sociais, *e-business* e *e-commerce*. Nesse contexto, o presente trabalho busca compreender as interações, as intenções, os sentidos, as estruturas e as regras de funcionamento do *crowdsourcing*, suas ferramentas e técnicas utilizadas para envolver os *stakeholders* na cocriação e gerar inovação incremental, sustentabilidade e resultados nas organizações. Este estudo busca compreender as estratégias de *crowdsourcing*, por meio de uma revisão bibliográfica e um estudo de caso em uma empresa varejista supermercadista de Criciúma - SC. O estudo de caso, será realizado por meio da ouvidoria e mídias sociais da empresa, possibilita uma visão teórica e prática de como aproveitar os *insights* dos clientes, fornecedores e colaboradores (*stakeholders*) e transformá-los em inovação incremental para a empresa por meio de novos processos, produtos, serviços, *layout*. A natureza da pesquisa é aplicada e o método é dedutivo (CRESWELL, 2007). A Abordagem da pesquisa é qualitativa e em relação aos objetivos é descritiva e exploratória (POUPART, 2008). A estratégia de pesquisa adotada foi o estudo de caso (DENZIN; LINCOLN, 2006). Em relação a técnicas de pesquisa adotada, foi à análise documental com base dados secundários obtidos pela área de ouvidoria da empresa e por meio da observação participante do pesquisador. (CRESWELL, 2007). A interdisciplinaridade do trabalho estará presente por meio da integração do *crowdsourcing*, da gestão mercadológica, da inovação e do conhecimento.

Palavras-chave: Estratégia *Crowdsourcing*; Inovação; Sustentabilidade.



REFERÊNCIAS

- CHESBROUGH, Henry. **Inovação aberta: como criar e lucrar com a tecnologia**. Porto Alegre: Bookman, 2012.
- COSTA, S. O.; CREPALDE, J. **Propriedade intelectual e transferência tecnológica**. UFMG Diversa, ano 2, n. 6, mar. 2005.
- DAVEMPORT, T. E PRUSAK, L. **Conhecimento Empresarial: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual**, Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- DAVENPORT, Thomas H. **Reengenharia de processos: como inovar na empresa através da tecnologia da informação**. Rio de Janeiro: Campus, 1994.
- DAVENPORT, Thomas H. **Ecologia da informação: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação**. São Paulo: Futura, 1998.
- EDVINSSON, L.; MALONE, M. **Capital intelectual. Descobrimo o valor real de sua empresa pela identificação de seus valores internos**. São Paulo: Makron Books, 1998.
- KIM, W. Chan; MAUBORGNE, Renée. **A estratégia do oceano azul: como criar novos mercados e tornar a concorrência irrelevante**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Co-criação de valor: conectando a empresa com os consumidores através das redes sociais e ferramentas colaborativas**. São Paulo: Atlas, 2014.
- MALMBERG, A.; MASKELL, P. **Localized Learning Revisited. Growth and Change**. *Gatton College of Business and Economics*, University of Kentucky, v. 37, n. 1, p.1-18. 2006.
- MINTZBERG, Henry; QUINN, James Brian. **O processo da estratégia**. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- NONAKA, I. TAKEUCHI, H. **Criação de conhecimento na empresa**. 13. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997.
- PRAHALAD, C. K.; RAMASWAMY, Venkat. **O futuro da competição: como desenvolver diferenciais inovadores em parceria com os clientes**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- RESENDE, José Francisco de Carvalho. **Balanced Scorecard e a gestão do capital intelectual: Alcançando a performance balanceada na economia do conhecimento**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- SABIONI, André Roberto. **A co-criação e a inovação em serviços: um estudo em agências de publicidade**. Trabalho apresentado ao Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Gestão do Conhecimento e da Tecnologia da Informação. Universidade Católica de Brasília, Brasília, 2009.
- SANTOS, M. J. N. **Gestão de recursos humanos: teorias e práticas**. Sociologias, Porto Alegre, ano 6, n. 12, p. 142-158, jul/dez. 2004.



SARACENI, Adriana; ANDRADE JÚNIOR, Pedro Paulo; RESENDE, Luís Maurício Martins de; SANTOS JÚNIOR, Guataçara dos. **Gestão do conhecimento como estratégia de desenvolvimento econômico e regional** Artigo apresentado à revista Vértices, Campo dos Goytacazes, Rio de Janeiro, 2012.

SERRENTINO, Alberto. **Inovação no Varejo: decifrando o quebra-cabeça do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2006.

SOUZA, Daniela Borges Lima de. **Gestão do conhecimento nas organizações: desafios e oportunidades**. Artigo apresentado a Revista Estação Científica, Faculdade Estácio de Sá. Juiz de Fora. n. 03, Outubro 2006.

SPOLIDORO, R. **A Sociedade do Conhecimento e seus Impactos no Meio Urbano. Parques tecnológicos e meio urbanos**. Artigos e debates, Brasília, p. 11-54, 1997.

SVEIBY, K. E. **A nova riqueza das organizações**. 6. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

WIIG, K. Entrevista. **Revista GC Brasil**, n. 1, p. 05-09, ago. 2006.