

A Inovação disruptiva nas Empresas do Porto digital: O caso da In Loco¹

Guilherme Mendes RODRIGUES²

Maria Eduarda Alves de ANDRADE³

Maria Carolina Maia MONTEIRO⁴

Universidade Católica de Pernambuco, Recife, Pernambuco

RESUMO

Este trabalho visa apresentar a ideia de Inovação Disruptiva associada ao conceito do Framework 3P, ambos estudados por Clayton Christensen, como proposta para identificar e observar a atuação de empresas inovadoras no campo da comunicação. Para detalhar seu modo de funcionamento através dos resultados gerados, a pesquisa adotou como objeto de estudos uma das startups de maior sucesso no estado de Pernambuco, a In Loco. Através de uma revisão bibliográfica, análise de dados e entrevistas, o trabalho traçou o processo evolutivo da In Loco em parceria com o Porto Digital, ambos centralizados em um ambiente de fomento à inovação.

PALAVRAS-CHAVE: Porto Digital; In Loco; Inovação Disruptiva; Tecnologia.

INTRODUÇÃO

Tradicionalmente, a ideia a respeito do que seria a Inovação se restringia ao conceito de tecnologia, associada a máquinas e artefatos. No entanto, com o passar do tempo, esse ideário se expandiu e a Inovação passou a ser entendida como o resultado de diferentes formas de criação, como a produção científica, o empreendedorismo e outras áreas do conhecimento (RODRIGUES et. al., 2017). Dessa forma, conceitos que relacionam Inovação ao cotidiano da empresa e à análise do produto ou serviço oferecido foram desenvolvidos, entre eles a ideia de Inovação Disruptiva e do Framework 3P, de Clayton Christensen (1995) (2011).

¹ Trabalho apresentado na IJ 8 – Estudos Interdisciplinares de Comunicação do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 5 a 7 de julho de 2018.

² Estudante de Graduação. 3º Período de Direito da Universidade Católica de Pernambuco (Unicap), email: guilhermendesr@gmail.com

³ Estudante de Graduação. 5º Período de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco (Unicap), email: eduardaa69@gmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Mestre e Doutoranda em Design (UFPE) e professora dos cursos de Jornalismo e Fotografia da Universidade Católica de Pernambuco (Unicap), email: carolinamonteiro2001@gmail.com

Segundo o pesquisador, Inovações Disruptivas - palavra de origem latina que significa romper, despedaçar – diz respeito à classificação de propostas revolucionárias, capazes de romper os paradigmas do mercado, desestabilizando os *players* tradicionais, geralmente oferecendo algo mais simples e barato, de modo que atenda à demanda de um público que não era contemplado no modelo anterior.

Quanto ao Framework 3P, Christensen desenvolveu uma proposta metodológica que consiste em observar três aspectos da organização. Através de sua pesquisa de campo, entrevistou os membros e líderes de grandes marcas mundiais, tendo como fruto a percepção de um padrão nas dinâmicas organizacionais dessas empresas, enquadrando-as em um framework, a partir de uma análise das Pessoas, Processos e Filosofias, fazendo surgir o modelo (3P).

Aplicando estes conceitos à realidade pernambucana, nos anos 2000 surge o Porto Digital, uma espécie de política pública voltada para a inovação e empreendedorismo no Estado. Pouco a pouco, o Porto tomou seu espaço no Bairro do Recife, transformou o cenário desta região e tornou-se o Parque Tecnológico urbano mais relevante do Brasil (VALADARES, 2018)

Atrelado a esse desejo de inovação e no contexto do desenvolvimento da Tecnologia da Informação entre as empresas do Porto, surge a In Loco, empresa de tecnologia formada por estudantes da Universidade Federal de Pernambuco. O que viria a ser apenas um projeto acadêmico transformou-se em uma das principais startups pernambucanas, alcançando um faturamento de 60 milhões de reais por ano. Em um curto espaço de tempo, cresceu de forma devastadora, de modo a gravar seu nome no mercado ao, em um ano, sair de uma valoração de 40 milhões de dólares para 150 milhões de dólares ao oferecer um serviço relacionado à publicidade geolocalizada. (BARBOSA, 2018)

Diante disso, este trabalho dedica-se a observar de que maneira a In Loco tornou-se um dos maiores cases tecnológicos do Porto Digital. A pesquisa visa observar - por meio de entrevista com Carlos Macêdo, relações públicas da empresa, e levantamento

bibliográfico - como seu serviço se relaciona com o conceito de Inovação disruptiva e a concordância com o framework 3P na rotina de seus funcionários, de modo que estes apresentem como resultados não apenas números, mas propostas, serviços e produtos que tendem a impactar a rotina de seus usuários.

A INOVAÇÃO DISRUPTIVA

No período atual, em que existe um grande acesso à informação e o mercado é regido pela globalização, a competitividade entre empresas ganhou escala mundial. Nesse sentido, o ato de inovar é essencial para que um empreendimento se mantenha vivo. Sobre esse assunto, Clayton Christensen, professor de Administração na Harvard Business School, traz para discussão a ideia de Inovação Disruptiva.

De acordo com Christensen, uma tecnologia pode ser chamada de Disruptiva se ela apresenta a possibilidade de tomar as rédeas de um determinado nicho do mercado por ser mais simples e acessível que os produtos oferecidos pela concorrência. Dessa forma, é possível perceber que a Inovação Disruptiva não se dá por meio do avanço repentino de uma ideia completamente inédita, mas, sim, porque há o surgimento de um produto de qualidade similar ao que já havia disponível, porém menos custoso e “complicado”, de modo que um público mais abrangente possa utilizá-lo. Um exemplo disso é o caso dos PCs (personal computers), que substituíram os grandes computadores, que chegavam a custar milhões e eram operados apenas por experts (CHRISTENSEN, 2012).

Outro ponto importante sobre as tecnologias disruptivas é que, no início, elas coexistem com os produtos concorrentes e, na medida em que aprimoramentos são feitos, a nova tecnologia se torna líder no mercado. Nesse sentido, é possível conceituar a Inovação Disruptiva como sendo aqueles avanços revolucionários que impactam em determinado campo do mercado (SLAVIN, 2012), substituindo, gradualmente, a tecnologia em uso e, em casos mais extremos, causando o colapso de uma indústria. (SAID; ADHAM, 2016). Um exemplo disso é o caso dos serviços de *Streaming* de vídeo, que devido à simplicidade, ao baixo custo e à tecnologia, impactaram o mercado audiovisual.

Sobre o assunto da Inovação, Christensen (2011) apresenta, ainda, em sua obra “DNA do Inovador”, as características de empresas consideradas inovadoras; analisando o perfil do fundador, o ambiente de trabalho, o perfil dos colaboradores e a autonomia presente no cotidiano da firma. Essa análise é sintetizada no modelo chamado de “Framework 3P”.

A proposta metodológica consiste em observar três aspectos da organização que o autor encontrou presentes em sua pesquisa de campo ao entrevistar os membros e líderes destas firmas, criando uma série de hipóteses sobre estas empresas e enquadrando-as em um framework, a partir de uma análise das Pessoas, Processos e Filosofias (do inglês, Philosophies), que dá nome ao modelo (3P). (MONTEIRO et. al, 2017, p.2).

O PORTO DIGITAL

A área da comunicação é marcada pelas inovações, tais como: a criação dos tipos móveis de Johann Guttemberg (século 15); o telégrafo e o telefone no século 19, o rádio, o cinema, a televisão e a internet no século 20. Tais avanços tiveram como fruto as novas Tecnologias de Informação e de Comunicação (TIC), responsáveis por contribuir de forma direta na modificação estrutural da sociedade atual, desenvolvendo um dos segmentos em maior expansão no mercado financeiro: a Economia Criativa.

Este conceito surgiu no início dos anos 1990, normalmente atrelado ao contexto de políticas públicas de cultura, referindo-se a setores produtivos nos quais a criatividade desempenha papel fundamental (BENDASSOLLI et al, 2009) (BENDASSOLLI, 2007). Ao longo dos últimos anos, as indústrias criativas têm sido responsáveis por uma grande parcela da movimentação econômica dos países desenvolvidos. No Brasil, uma pesquisa realizada pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO RIO DE JANEIRO, 2014), indica que entre os anos de 2004 e 2013 o segmento cresceu 90%, movimentando o PIB brasileiro até 69,8% em termos reais.

O apoio governamental em parceria com as universidades, tendo como objetivo fomentar o empreendedorismo no setor acadêmico, foi o principal motivo para as incubadoras ganharem tanto espaço em nosso cenário. Desde a II Conferência Nacional de Ciência, Tecnologia e Inovação, realizada no ano de 2002, em Brasília, as políticas

públicas em nível federal apontam claramente para a construção de um novo ambiente de cooperação entre as empresas, universidades e governo, conhecido até então como Hélice Tríplice. Este modelo surgiu a partir da união destes três principais pilares sociais, fornecendo cooperação com o intuito de agregar recurso para um fim comum, fomentando, assim, o desenvolvimento social e econômico baseado no conhecimento (ETZKOWITZ, 2009).

Em Pernambuco, pode-se afirmar que o acúmulo gradual de importância do novo setor está inteiramente atrelado ao desenvolvimento do Parque Tecnológico Urbano Porto Digital, fundado no ano 2000, sob o tripé Academia, Mercado e Governo. Sua origem deu-se através do resultado de diversas políticas públicas implementadas por governos estaduais desde a década de 1990, tendo como objetivo fomentar a tecnologia, inovação e desenvolvimento do estado.

No Recife, existe um ambiente favorável à inovação, uma vez que, a partir da iniciativa do Porto Digital - um parque tecnológico que abriga empresas e instituições em diversas áreas, entre elas a Economia Criativa - as ideias propostas pelos empreendedores se unem ao investimento, ao ambiente acadêmico, à comunicação e passam a ser estimuladas, principalmente por meio de incubadoras, aceleradoras e dos espaços de co-working presentes na região. (RODRIGUES et. al, 2017, p. 4).

Sua ampliação e consolidação estão associadas a políticas de incentivo promovidas pelo poder público não apenas estadual, mas também municipal. No ano de 2006, foi homologada a Lei nº 17.244/2006, pelo então Prefeito João Paulo, que tinha como objetivo instituir o incentivo ao Porto Digital mediante a concessão de benefícios fiscais. Estes, por sua vez, estariam condicionados à transformação das áreas de patrimônio histórico cultural situadas no Bairro do Recife, que resultou na restauração, por parte do Porto Digital, de imóveis tombados nas proximidades. O aluguel desses espaços acabou se consolidando como parte da fonte de custeio das atividades do Parque Tecnológico. (RECIFE, 2006)

Tais incentivos foram os responsáveis pela criação de um ambiente acolhedor para as instalações dos centros globais de inovação. Uma vez que essas empresas localizam-se na mesma região, o desenvolvimento das startups começou a caminhar em conjunto com a expansão do parque tecnológico, tendo como resultado Pernambuco em destaque

nas estatísticas mundiais quando o assunto envolve tecnologia, informação e comunicação.

O CASO DA IN LOCO

Um dos maiores *cases* de sucesso do Porto Digital é a In Loco, empresa pernambucana responsável por uma tecnologia inovadora de marketing de proximidade. Reconhecida mundialmente, a *startup* oferece ao seu cliente a oportunidade de receber, caso sejam autorizadas, ofertas de compras de acordo com sua localização atual (em um raio de até 3 metros) e sugestões relacionadas ao seu perfil de consumidor, tudo isso por meio de análises realizadas por Wi-fi e outros sensores de movimento. Além disso, ela não oferta apenas o número de cliques do usuário, mas, também, a informação se o comprador foi ou não até a loja. (VALADARES, 2018)

Desenvolvida no Centro de Informática da Universidade Federal de Pernambuco, a marca está avaliada em R\$ 501 milhões e fatura R\$ 60 milhões por ano. Suas soluções baseadas em localização, cerca de 30 vezes mais precisas do que o GPS, por exemplo, lhe garantem grandes clientes no mercado mundial, como o Mc Donald's, Coca-Cola, BMW, Pizza Hut, Jeep, entre outras. (VALADARES, 2018)

Como resultado preciso de tamanha relevância no mercado atual, a In Loco é responsável pelo mapeamento de cinco milhões de estabelecimentos comerciais e 25 milhões de residências brasileiras, uma vez que, está presente em 80% dos smartphones do país. Ela também ganhou o mercado norte-americano, como nos Estados Unidos, onde já fechou negócio com oito aplicativos envolvendo mais de quatro milhões de usuários.

Do ponto de vista meramente técnico, seu sistema de localização não pode ser considerado pioneiro, uma vez que objetiva, simplesmente, ser um melhoramento da tecnologia do GPS, já utilizado por grandes marcas como o Uber ou Google Maps. Por outro lado, o uso dessa ferramenta para traçar um perfil do usuário, a partir de seus gostos e hábitos, para relacioná-lo a anúncios que provavelmente serão do seu interesse era uma ideia inédita e cada vez mais desejada entre as empresas.

Dessa forma, a In Loco conseguiu sobressair-se no mercado e obter uma posição de destaque, ganhando prêmios em eventos de reconhecimento internacional, como o Mobile Marketing Association (2017), Media Post (2017) e Indoor Localization Competition (2014). Logo, podemos observar que existe o uso do aperfeiçoamento de uma tecnologia preexistente para um propósito inédito e, por isso, é possível afirmar que há uma aparente consonância entre esse serviço e o conceito de Inovação Disruptiva (CHRISTENSEN, 2012). Apesar de tamanho sucesso, seus co-fundadores almejam um crescimento ainda maior, visando ocupar uma posição de destaque no mundo da internet das coisas e alcançar a avaliação de US\$ 1 bilhão. (MACHADO, 2018).

Outra característica responsável por tais números é a colaboração entre seus funcionários. Sua sede, localizada no Bairro do Recife, dispõe de uma estrutura baseada em espaços abertos para que haja compartilhamento de ideias, debates e agilidade na solução de problemas, que devem ser tratados como uma questão coletiva. Além disso, é levado em conta o princípio da horizontalidade entre líderes e liderados, de modo que todos trabalham em um ambiente sem paredes, havendo espaço para o estímulo à colaboração por meio de *feedbacks* frequentes, discussões sobre as atividades realizadas durante a semana, reuniões diárias - para que haja uma divisão de tarefas - e, ainda, a abertura para sugestões de mudanças na dinâmica da empresa. (MACEDO, 2018). Desse modo, percebe-se a presença de aspectos do Processo no Framework 3P de Christensen no dia a dia da empresa, uma vez que, para atingir as metas estabelecidas, os funcionários da In Loco são estimulados a trabalhar em equipe e de maneira coletiva, engajando-se em reuniões frequentemente para que os êxitos e dificuldades sejam debatidos. Logo, nota-se que essas práticas são essenciais à organização e ao estímulo da criatividade na *startup*.

É necessário observar, também, que a In Loco conta com 152 colaboradores no momento; sendo 110 no Recife, 40 em São Paulo e 2 no Rio de Janeiro. E, apesar de contar, majoritariamente, com profissionais das áreas de tecnologia, administração e publicidade, seu foco não é encontrar funcionários de acordo com seus *backgrounds* acadêmicos, mas, sim, profissionais com objetivos e características similares à sua essência, bem como com habilidades que sejam úteis à empresa. Destarte, procura-se indivíduos que pensem grande, sejam eficientes e prezem pelo respeito à segurança da

privacidade do usuário. Logo, é possível encontrar na In Loco o apreço pelo que Christensen chamava de “Pessoas”, ou seja, funcionários que se identificam com a lógica inovadora proposta pela empresa.

Por fim, mas não menos importante, devemos levar em conta o fato de que a Inovação é um dos pilares fundamentais para o funcionamento da In Loco. Isso acontece na medida em que se estimula a colaboração e, também, se busca um colaborador com perfil ousado. Logo, a estrutura e a filosofia da startup encorajam os funcionários a irem além do previsível, criando a Inovação, assim como previsto no conceito do Framework na Inovação.

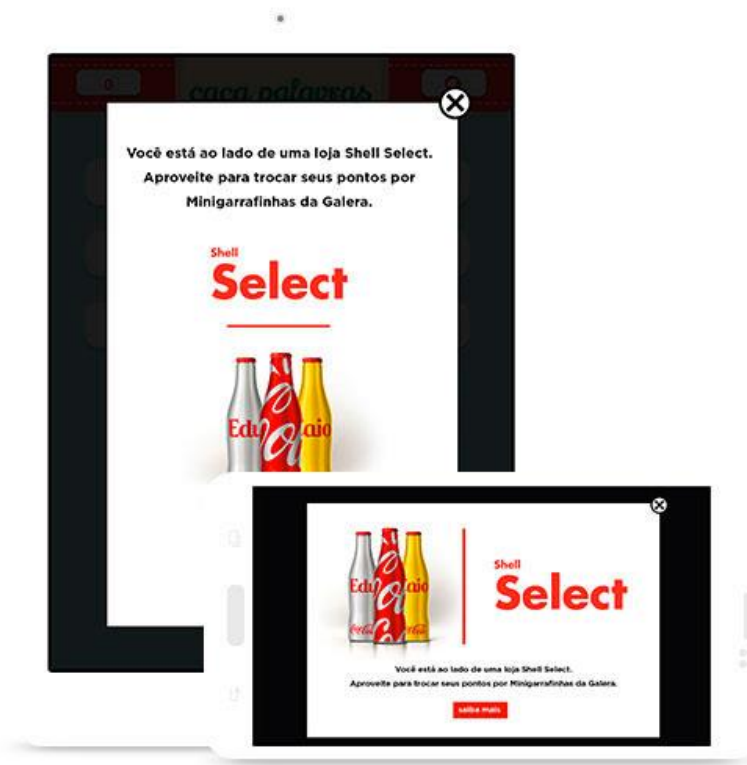


Figura 1: Imagem de anúncio geolocalizado feito pela In Loco em parceria com a Coca-Cola e a rede de postos de gasolina Shell disponível no site da *Startup* <https://www.inlocomedia.com/project/case-coca-cola/> Acesso em: 21/05/2018.

CONCLUSÃO

A Inovação tem sido estimulada em diferentes esferas, sendo estudada na academia, fomentada por meio de políticas públicas e permeando a filosofia de diferentes empresas,

sobretudo as startups e aquelas voltadas à Economia Criativa. Nesse contexto, o Porto Digital surge em Pernambuco e consolida-se como o principal parque tecnológico do país, tendo um faturamento anual de R\$1,7 bilhão.

Desde sua criação, nos anos 2000, o Porto foi capaz de expandir suas atividades pelos bairros localizados no Centro do Recife, tornando-se o principal responsável pelo fomento das startups nesta região. Atualmente, engloba mais de 304 empresas, organizações de incentivo e órgãos de governo. Além disso, tem como objetivo triplicar o seu faturamento em até 7 anos, continuando a atrair grandes investimentos internacionais e a estimular as startups locais. (VALADARES, 2018).

Nesse contexto, dedicamos esta pesquisa a avaliar a parceria entre a In Loco, anteriormente localizada no bairro do Pina, com o Parque Tecnológico. Por meio de uma pesquisa bibliográfica, análise de dados, reportagens e entrevista com um dos colaboradores da startup, feita na sede da empresa no dia 24 de abril de 2018, podemos concluir que a transferência da In Loco para o centro histórico do Recife colaborou para que a empresa pudesse desenvolver, em suas instalações, um ambiente inovador.

Através das informações aqui expostas, foi possível entender e analisar o cotidiano e a dinâmica organizacional da startup, de modo a identificar indícios de que o serviço oferecido por ela é, de fato, um exemplo de Inovação Disruptiva, uma vez que a empresa dedica-se a produzir conteúdos que atendam às demandas do mercado de forma sucinta e objetiva, porém até então nunca desenvolvida.

Por fim, é válido ressaltar que seu desenvolvimento interno, o modo como seleciona seus funcionários e os prepara para uma nova visão de mercado está dentro das características previstas pelo Framework 3P de Clayton Christensen, reforçando a ideia de inovação que tende cada vez mais a fazer parte de nosso cotidiano.

REFERÊNCIAS

SLAVIN, V. K. **Disruptive Innovation Concept**. *Stereotact Funct Neurosurg*, v. 90, n.1, 2012.

CHRISTENSEN, CLAYTON M. **Clayton Christensen on Disruptive Innovation**. Youtube, 1 de julho de 2012. Disponível em: < https://www.youtube.com/watch?v=WxwR_TTuKdc>. Acesso em: 05 de Mar. de 2018.

SAID, F. M. e ADHAM, A. K. **Is a Mobile Phone a Disruptive Innovation in the Workplace?** Gadjahmada International Journal of Business, v. 18, n. 2, 2016.

VALADARES, João. **Parque tecnológico em área histórica do Recife tenta triplicar faturamento**. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/seminariosfolha/2018/03/parque-tecnologico-em-area-historica-do-recife-tenta-triplicar-faturamento.shtml>> Acesso em: 2 de abril de 2018

MACÊDO, Carlos. **Colaboração: Entendendo seus limites**. Disponível em: < <https://pt.linkedin.com/pulse/colabora%C3%A7%C3%A3o-entendendo-os-seus-limites-carlos-mac%C3%AAdo>> Acesso em: 27 de abril de 2018

MACHADO, Bárbara. **No Estado, aposta de U\$1bi é da Startup In loco**. Disponível em: < <https://www.folhape.com.br/economia/economia/economia/2018/02/18/NWS,59175,10,550,ECONOMIA,2373-NO-ESTADO-APOSTA-STARTUP-LOCO.aspx>> Acesso em: 07 de maio de 2018

RODRIGUES, Guilherme Mendes et al. **Startups no Porto Digital e a produção inovadora no centro do Recife** In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Intercom Nordeste, 19., 2017, Fortaleza. Anais da Intercom Nordeste. Fortaleza: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2017. v. 1, p. 1-7. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2017/resumos/R57-1581-1.pdf>> Acesso em: 12 de abril de 2018

MONTEIRO, Maria Carolina Maia et al. **O Framework 3P e a Inovação nas startups do Portomídia** In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Intercom Nordeste, 19., 2017, Fortaleza. Anais da Intercom Nordeste. Fortaleza: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2017. v. 1, p. 1-7. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2017/resumos/R57-0821-1.pdf>> Acesso em: 12 de abril de 2018

BENDASSOLLI, Pedro F et al. **Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades**, **Revista de Economia e Administração - ERA**, jan./mar., n.1 v.49, São Paulo, 2009a. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rae/v49n1/v49n1a03.pdf>>. Acesso em: 26 nov. 2015

BENDASSOLLI, Pedro. **Estudo exploratório sobre indústrias criativas no Brasil e no Estado de São Paulo**. Fundação Getúlio Vargas: FGV-EAESP, 2007. Disponível em: <http://www.pedrobendassolli.com/npp.pdf>. Acesso em: 26 nov. 2015.

ETZKOWITZ, Henry. **HÉLICE TRÍPLICE**. Porto Alegre, EdiPUCTS, 2009.

FAUSTINO, Paulo (coord). **Indústrias criativas, media e clusters: políticas, desenvolvimento, mercado, regiões, produções, estratégias**. Lisboa, Portugal: Editora Media XXI, 2013.

Federação das indústrias do Estado do Rio de Janeiro. **Indústrias Criativas – Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: Firjan, 2014. Disponível em: <<http://www.firjan.com.br/firjan/empresas/competitividade-empresarial/industria-criativa/default.htm>>. Acesso em: 26 nov. 2015.

Federação das indústrias do Estado do Rio de Janeiro. **Indústrias Criativas – Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: Firjan, 2016. Disponível em: <<http://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/pages/default.aspx>>. Acesso em: 03 mai. 2017.

HOWKINS, John. **Economia Criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas**. São Paulo, M. Books do Brasil Editora Ltda, 2013.

Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura. **Relatório de economia criativa 2010 - Economia Criativa: Uma Opção de Desenvolvimento Viável. São Paulo, 2010**. Disponível em:<http://unctad.org/pt/docs/ditctab20103_pt.pdf>. Acesso em: 07 fev. 2017.