

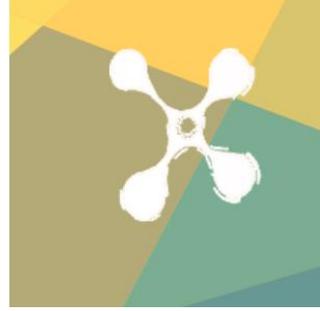
ISSN: 2316-6517



**International Journal of Knowledge
Engineering and Management**

v. 10 n. 28, 2022.





O COMPARTILHAMENTO DO CONHECIMENTO EM PROGRAMAS DE EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO EM UNIVERSIDADES: UM ESTUDO DE CASO DO PROGRAMA FLUX.US DO UNIINOVA-UNIVALI

JOÃO GERALDO CARDOSO CAMPOS

Doutor em Engenharia e Gestão do Conhecimento
Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI)

geraldoccampos@studiosapinzabrazil.com

ORCID: 0000-0003-0719-3629

ELOISA DELOSS JOHANN

Bacharel em Psicologia
Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI)

sloisajohann@studiosapienzabrazil.com

ORCID: 0000-0002-0326-1316

JANAINA LORENZI TOMIO

Mestre em Administração
janatomio@univali.br
Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI)

ORCID: 0000-0002-5958-4843

Paulo Roberto Pires Junior

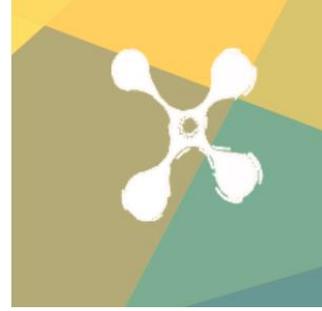
Graduando em Engenharia de Materiais
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

paulo.hawkeye@gmail.com

ORCID: 0000-0003-1845-6519

Submissão: 16 dezembro 2021. Aceitação: 15 julho 2022.
Sistema de avaliação: duplo cego (*double blind review*).
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA (UFSC).



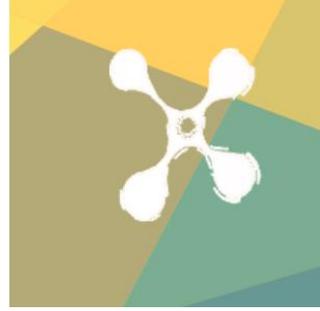


O COMPARTILHAMENTO DO CONHECIMENTO EM PROGRAMAS DE EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO EM UNIVERSIDADES: UM ESTUDO DE CASO DO PROGRAMA FLUX.US DO UNIINOVA-UNIVALI

Resumo

Objetivo: Um dos principais ambientes promotores da inovação e do empreendedorismo em universidades são as incubadoras, elas têm como objetivo facilitar a criação e o desenvolvimento de empresas que tenham como diferencial a realização de atividades voltadas à inovação. **Design | Metodologia | abordagem :** Esta pesquisa possui uma natureza qualitativa e quantitativa, sendo um estudo de caso e desenvolvida a partir de estudos no âmbito bibliográfico e documental. A pesquisa de campo foi realizada junto a Universidade do Vale do Itajaí, no estado de Santa Catarina visando a obtenção do objetivo “Apresentar o nível de satisfação dos empreendedores do programa de incubação Flux.Us e os impactos do compartilhamento do conhecimento para o desenvolvimento do negócio”. **Resultados:** Os sujeitos foram os participantes de um programa de incubação desenvolvido pelo núcleo de inovação e tecnologia da instituição, o UNIINOVA. A partir das pontuações aferidas pelos empreendedores pode-se considerar que o programa Flux.Us, atingiu a excelência quanto as mentorias coletivas, individuais, organização e conteúdo na visão dos empreendedores participantes, bem como, indicariam o programa para outras pessoas. **Originalidade | Valor:** Pode-se considerar que o compartilhamento do conhecimento gerado por meio das estratégias utilizadas gerou um impacto positivo, transformando a forma de pensar dos empreendedores e os seus negócios.

Palavras-chave: Incubadora, Universidade, Inovação, Empreendedorismo

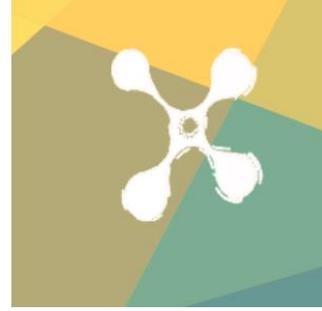


KNOWLEDGE SHARING IN ENTREPRENEURSHIP AND INNOVATION PROGRAMS IN UNIVERSITIES: A CASE STUDY OF THE FLUX.US PROGRAM OF UNIINOVA- UNIVALI

Abstract

Goal: One of the main environments that promote innovation and entrepreneurship in universities are incubators. They aim to facilitate the creation and development of companies that have the ability to carry out activities aimed at innovation. This research has a qualitative and quantitative nature, being a case study and developed from studies in the bibliographic and documentary scope. **Design | Methodology | Approach:** The field research was carried out at the Universidade do Vale do Itajaí, in the state of Santa Catarina, aiming to obtain the objective "To present the level of satisfaction of the entrepreneurs of the Flux.Us incubation program and the impacts of sharing knowledge for the development of the business". **Results:** The subjects were the participants of an incubation program developed by the institution's innovation and technology center, UNIINOVA. Based on the scores measured by the entrepreneurs, it can be considered that the Flux.Us program has reached excellence in terms of collective and individual mentorships, organization and content in the vision of the participating entrepreneurs, as well as, they would recommend the program to other people. **Originality | Value:** It can be considered that the sharing of knowledge generated through the strategies used generated a positive impact, transforming the way of thinking of entrepreneurs and their businesses.

Keywords: Incubator, University, Innovation, Entrepreneurship



1. Introdução

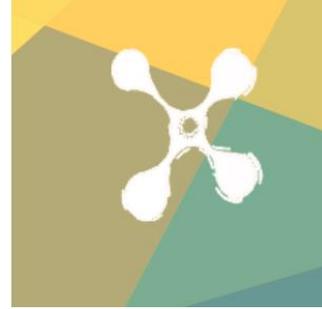
A sociedade contemporânea necessita de novos modelos de geração de valor, muitos destes intensificados nos ativos intangíveis, na evolução da tecnologia da informação e comunicação, pelo design, na economia criativa, circular e colaborativa, na flexibilização e na customização da produção, na gestão do conhecimento mitigando impactos negativos e gerando desenvolvimento sustentável. (Campos, Souza & Freire, 2017).

O compartilhamento do conhecimento como um dos fatores contribuintes deste processo de transformação, requer a criação de ambientes e condições adequadas para que os atores possam desenvolver seus conhecimentos, negócios, startups e spin offs, possibilitando assim, a geração de valor e impacto.

As universidades são, por essência organizações de geração, gestão, disseminação, compartilhamento e aplicação do conhecimento e podem contribuir para este movimento, já que possuem os ativos do conhecimento fomentam ambientes que possibilitem o desenvolvimento da inovação e do empreendedorismo, com por exemplo, as incubadoras, que irão gerar e/ou desenvolver negócios a partir do exercício do compartilhamento do conhecimento.

Considerando o compartilhamento do conhecimento nos programas de incubação em universidades obteve-se como problema de pesquisa: Que resultados um programa de incubação virtual pode gerar para os empreendedores participantes dos Programa Flux.Us da UNIINOVA-UNIVALI?

Desta forma, objetivo geral foi de “Apresentar o nível de satisfação dos empreendedores do programa de incubação Flux.Us e os impactos do compartilhamento do conhecimento para o desenvolvimento do negócio”, tendo como objetivos específicos: a) Apresentar o programa Flux.us de incubação virtual; b)



Mensurar o nível de satisfação dos empreendedores; e; c) Explicitar os impactos do compartilhamento do conhecimento junto aos empreendedores.

2. Compartilhamento do Conhecimento

Christensen (2007) apresenta que o objetivo do compartilhamento do conhecimento está na criação de novos conhecimentos, por meio dos ativos e da combinação de diferentes conhecimentos existentes nas organizações, sendo uma variável estratégica importante.

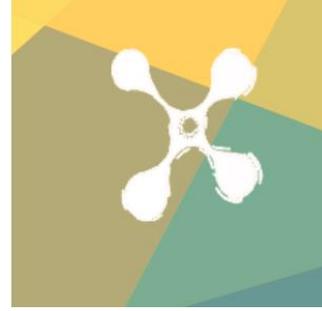
Para Davenport e Prusak (1998) o modo com que o conhecimento é compartilhado pode contribuir para uma melhora do desempenho organizacional, havendo na organização uma abundância de conhecimento, sendo uma das formas de garantir o seu uso, tanto: individual e/ou organizacional.

O compartilhamento do conhecimento pode ser compreendido como um conjunto de comportamentos que envolvem (Connelly & Kelloway, 2003) a transferência do conhecimento, seja de forma espontânea (informal) ou estruturada (formal) (Davenport & Prusak, 1998); tornando-o disponível a outros (Ipê, 2003).

Possibilita o aprendizado e a capacidade para a obtenção de metas individuais e organizacionais (Dyer & Nobeoka, 2000). Deve ser planejado e gerido de forma sistemática, envolvendo um grupo de pessoas comprometidas a compartilhar ideias e experiências criando conjuntamente novos conhecimentos (Hoof, Ridder & Aukema, 2004).

O compartilhamento do conhecimento se dá como um processo de interação social natural, sendo pautado na confiança, oriundo de uma cultura organizacional estabelecida e um clima organizacional favorável (Tsui, Chapman & Stewart, 2006).

A partir do momento em que as organizações compreendem a necessidade da



criação de ambientes e condições adequadas para o compartilhamento do conhecimento, estas podem usufruir de seus benefícios.

Tsui, Chapman e Stewart (2006) apontam como benefícios: a promoção de mensagens; a conexão dos membros com diferentes estímulos; a recepção da mensagem; sendo um conhecimento acessível para a tomada de decisão.

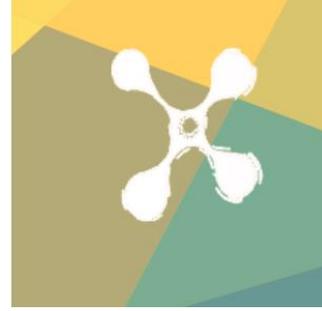
Observa-se que os autores consideram apenas os atores humanos quando se referem ao compartilhamento do conhecimento, porém o desenvolvimento tecnológico por meio da inteligência artificial, machine learning e internet das coisas, embarcadas em artefatos tecnológicos possibilita a interação face-to-tech e tech-to-tech.

O compartilhamento de conhecimento então pode ir além das possibilidades apresentadas pelos autores, Bartol e Srivastava (2002); Hoof, Ridder e Aukema, (2004); Lin e Lee (2008) que restringem a interação humana.

Esta relação pode se dar por meio de um ator humano com um ator artificial, com um ator animal, um ator vegetal, a natureza e o universo; mesmo que neste momento histórico a codificação da linguagem, ou a falta dela, seja um impeditivo; que, pode ser superada, pelo estudo do comportamento, da recorrência e geração de padrões observáveis, sensações e afetividade, constituindo-se novos conhecimentos, como apresentado por Cavalcante et al. (2017) quando estuda a teoria Ator-rede desenvolvida por Michel Callon, Bruno Latour e Madelaine Akrich em 1980, na qual trata da sociologia das associações, da tradução, da mobilidade entre seres e coisas, confrontando a sociedade, atores e redes.

Diante destas variáveis o compartilhamento do conhecimento pode ser definido como:

“o processo pelo qual há a troca de conhecimentos (tácitos e explícitos) baseado na interação social efetivada entre atores humanos, artificiais, animais, vegetais,



a natureza e o universo, de forma coletiva ou organizacional, quando captura, organiza, reutiliza e transfere experiências baseadas em conhecimentos existentes a partir do compartilhamento de informações, idéias, sugestões e experiências; criando conjuntamente novos conhecimentos” (Campos, 2020, p. 35).

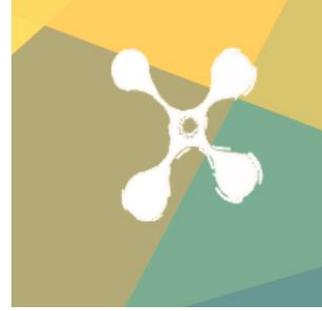
Ipê (2003), quando apresenta os fatores influenciadores considera que a natureza do conhecimento (tácito e/ou explícito), reconhecendo o valor (econômico e social) diante da percepção do seu uso, gera a motivação necessária para o compartilhar quando se percebe o poder do conhecimento que será compartilhado.

Para Etzkowitz (2003) as universidades são instituições que propiciam a criação, disseminação, compartilhamento e aplicação do conhecimento assumindo uma posição contributiva ao desenvolvimento do território, juntamente com o setor produtivo, governo e para a sociedade em geral.

Neste sentido, a promoção de atividades que potencializam o compartilhamento do conhecimento a partir de práticas de ensino, pesquisa e extensão, contribuem para a geração de novos modelos mentais quanto à utilidade do conhecimento, gerando valor a partir da criação de ambientes de nascimento e desenvolvimento de negócios, startups e spin offs, fomentando a inovação e o empreendedorismo e possibilitando uma evolução de uma universidade tradicional para uma organização inovadora e empreendedora.

3. Inovação e Empreendedorismo em Universidades

A temática inovação é uma das principais pautas do mundo contemporâneo, tendo em vista as diversas alterações mercadológicas, sociais, dos avanços tecnológicos e das relações dos seres humanos com o seu contexto.



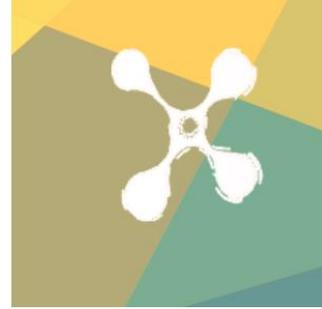
Norman e Verganti (2012) afirmam que é possível identificar muitos tipos de inovações e classificações variando de acordo com o objeto da inovação. Algumas categorias incluem inovações em sistemas socioculturais, ecossistemas, modelos de negócios, produtos, serviços, processos organizacionais e arranjos institucionais. Outras classificações variam também de acordo com os drives de inovação, como tecnologias, mercados, design, usuários, competências, conhecimentos entre outros, ou de acordo com a intensidade da inovação.

Na perspectiva de compreender a inovação, seja a partir de conceitos, características e tipologias, Kotsemir e Abroskin (2013) quando abordam em sua pesquisa uma evolução das discussões sobre os conceitos e tipologias de inovação, apresentam que as definições de inovação não se conectam apenas com o algo novo, mas também com a mudança e eficiência em termos de conquistas do mercado e rápida promoção de novos produtos e/ou serviços.

Diante deste mosaico, o papel do capital humano desenvolvido também pelas universidades é um fator determinante para o desenvolvimento da inovação quando da valorização de seus conhecimentos e habilidades, pautados em políticas que possibilitem o aumento do nível educacional. (OECD, 2005).

Já o Empreendedorismo pode ser visto como um fenômeno social que tem como objetivo a realização de combinações de recursos, incluindo fazer coisas novas ou coisas que já foram feitas em novas maneiras, podendo gerar: introdução de novos produtos; criação de novos métodos de produção; abertura de novos mercados; identificação de novas fontes de suprimentos e a criação de novas organizações (Schumpeter, 1934).

Pode ainda ser um processo de criação e manutenção de valor econômico e/ou social através do desenvolvimento e implementação de estratégias criativas e inovadoras que



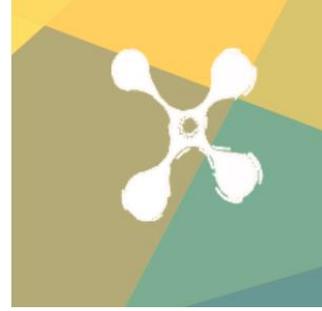
exigem a identificação de oportunidades que resultam de (des)equilíbrio econômico, assunção e mitigação de riscos, e alocação e mobilização de recursos (Mars & Rios-Aguilar, 2010).

Indo além da perspectiva da inovação ou do desenvolvimento de empreendimentos ou negócios, o empreendedorismo pode ser atitude mental, um comportamento humano que visa possibilitar a transformação de realidades, sendo um ato que possibilita a manifestação de conhecimentos e competências a serem implementadas em determinado contexto, podendo as universidades serem um dos ambientes propícios para o desenvolvimento do empreendedorismo por seus estudantes, professores e pesquisadores.

Estes processos podem ser desenvolvidos por meio do educar para o empreendedorismo, quando o estudante é preparado para a criação de atitudes empreendedoras e intraempreendedoras na busca da criação de processos de transformação e de empreendimentos, por meio das atividades de ensino, pesquisa e extensão, nascendo assim uma universidade inovadora e empreendedora. (Campos, Souza & Freire, 2017).

Entende-se por uma Universidade Inovadora e Empreendedora aquela orientada para a inovação e para o desenvolvimento de uma cultura empreendedora, no âmbito acadêmico (ensino, pesquisa e extensão) ou de gestão universitária e na relação da universidade com o ecossistema (quadruplica hélice).

Audy (2006) e Boff et. al (2016), consideram-se como Universidades Inovadoras e Empreendedoras aquelas que: (a) Buscam mecanismos alternativos para a sua sustentabilidade e de seu entorno (estudantes, empresas, sociedade, etc.); (b) Conseguem enxergar a evolução das necessidades da sociedade, se posicionando como um agente; (c) Articulam-se com os demais atores do ecossistema estimulando a



cultura de inovação e empreendedorismo no seu entorno; (d) Atuam na geração, disseminação, compartilhamento e aplicação do conhecimento; (e) Compreendem a “capitalização” do conhecimento como forma de buscar a sustentabilidade; (f) Promovem pesquisa e geração de conhecimento alinhada às necessidades do ecossistema; (h) Apresentam uma prática inovadora e empreendedora; (i) Motivam e engajam estudantes, professores, pesquisadores e colaboradores a inovarem e empreenderem ou intraempreender.

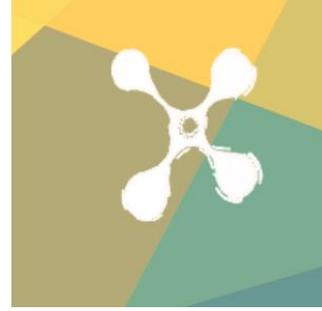
Para atenderem a esta realidade, segundo Azevedo et. al (2019) as universidades desde a década de 1950, criam ambientes que potencializam a inovação e o empreendedorismo de estudantes, professores, pesquisadores, empreendedores e demais atores do ecossistema, por meio de incubadoras, laboratórios, eventos, e programas de mentorias e desenvolvimento de negócios, startups e spin offs.

Um dos principais ambientes promotores da inovação e do empreendedorismo em universidades são as incubadoras, consideradas pela Lei No 13. 243 de 11 de Janeiro de 2016, mais conhecida como a Lei da Inovação, como: “organização ou estrutura que objetiva estimular ou prestar apoio logístico, gerencial e tecnológico ao empreendedorismo inovador e intensivo em conhecimento, com o objetivo de facilitar a criação e o desenvolvimento de empresas que tenham como diferencial a realização de atividades voltadas à inovação” (Lei n. 13.243, 2016).

Estas juntamente com programas de mentorias em formato presencial ou virtuais possibilitam o compartilhamento e a aplicação do conhecimento para o desenvolvimento de novos produtos, serviços, negócios e conhecimentos.

4. Procedimentos Metodológicos

Esta pesquisa possui uma natureza qualitativa e quantitativa, sendo um estudo de



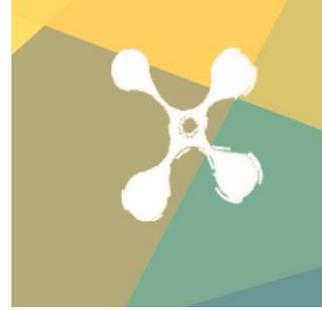
caso e desenvolvida a partir de estudos no âmbito bibliográfico e documental, com buscas nas bases de dados científicas indexadas Scopus e Web of Science e um levantamento no buscador on-line Google Scholar e na plataforma Research Gate, utilizando-se como termos de busca: “compartilhamento do conhecimento”; “inovação e empreendedorismo”; “universidades inovadoras e empreendedoras”, no período entre 2000 a 2021.

As publicações foram selecionadas a partir do alinhamento com o tema desta pesquisa, realizando a leitura do título, resumo e referências para identificar a aderência com a demanda necessária de conhecimento para a elaboração do texto referentes aos capítulos deste artigo.

A pesquisa de campo foi realizada junto a Universidade do Vale do Itajaí, no estado de Santa Catarina visando a obtenção do objetivo “Apresentar o nível de satisfação dos empreendedores do programa de incubação Flux.Us e os impactos do compartilhamento do conhecimento para o desenvolvimento do negócio”. Os sujeitos foram os participantes de um programa de incubação desenvolvido pelo núcleo de inovação e tecnologia da instituição, o UNIINOVA.

A pesquisa teve um caráter transversal que segundo Bethlem (1999) é uma abordagem em que os pesquisadores investigam o estado das coisas em determinada população e em determinado momento, sendo realizada durante o período de junho a agosto de 2021.

O instrumento de pesquisa para a coleta dos dados foi um questionário com perguntas abertas e fechadas, utilizando-se da ferramenta Google Formulários, bem como, de relatórios de mentorias. A coleta de dados foi realizada na primeira semana do mês de agosto, utilizando-se de um período das mentorias coletivas on-line ao vivo para que os sujeitos de pesquisa pudessem fazer o preenchimento do questionário.



O tratamento e análise dos dados foi realizado por meio de análise temática, que segundo Braun e Clarke (2006), é um método para identificar, analisar e relatar padrões (temas) dentro dos dados, podendo ser caracterizada de forma indutiva ou dedutiva, semântica ou latente, a partir dos dados coletados, e da utilização da metodologia NPS - Net Promote Score, desenvolvido por Reichheld (2003).

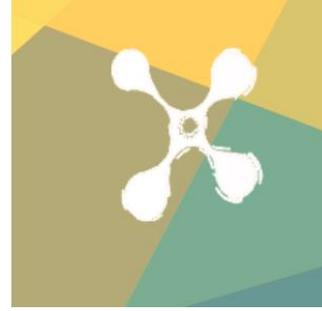
A apresentação dos dados se deu a partir dos resultados da análise temática de forma descritiva, apresentando os relatos dos empreendedores e por meio de gráficos que apresentam os resultados obtidos por meio do uso da metodologia NPS.

5. O Flux.Us - Programa de Incubação Virtual UNIINOVA-UNIVALI e seus Resultados

O Flux.Us - Programa de Incubação Virtual foi desenvolvido pelo UNIINOVA da Universidade do Vale do Itajaí, em Santa Catarina com objetivo de selecionar e apoiar as iniciativas empreendedoras dos acadêmicos e/ou egressos, professores, funcionários e membros da comunidade, por meio de um programa de incubação virtual em formato on-line.

O Programa de Incubação buscou promover a interação entre os atores do ecossistema e obteve o apoio da FAPESC - Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Santa Catarina, com o objetivo de apoiar a criação e desenvolvimento de empresas inovadoras, por meio de atividades que potencializam o compartilhamento do conhecimento entre os participantes, mentores e convidados; contribuindo também para a disseminação e fomento a cultura empreendedora e das atividades promovidas pelo UNIINOVA e pela UNIVALI.

As etapas do programa se deram a partir do processo de seleção e de mentorias coletivas semanais e mentorias individuais quinzenais para o planejamento e



desenvolvimento do negócio, com a duração de 12 semanas. Foi disponibilizado o acesso a outras instalações da UNIVALI, tais como laboratórios, auditórios, estúdios e demais instalações, bem como, orientações sobre a proteção da propriedade intelectual e de um outro formato de incubação híbrida (presencial e virtual) ofertado pelo UNIINOVA para as continuidades das atividades dos empreendedores.

Foram selecionados 25 negócios inovadores de 61 inscritos por uma banca avaliadora e estes tiveram acesso a plataforma tecnológica da Sapienza com conteúdo sobre os temas: (a) Como identificar problemas e criar processos de ideação – Problem Solution Fit; (b) (Re)Desenhando o Modelo de Negócio utilizando o Business Model Generation - Canvas; (c) Prototipagem, protótipos e MVPs utilizando o design thinking; (d) Validação de soluções e modelos de negócios junto a potenciais clientes; (e) Desenvolvimento de clientes, marketing digital e vendas; (f) Validação de MVP e Conquista dos Primeiros Clientes – Product Market Fit; (g) Construindo um pitch de vendas, em formatos assíncronos e síncronos, com as mentorias coletivas on-line ao vivo via Google Meet.

Quanto ao nível de satisfação dos empreendedores sobre o programa, obteve-se:

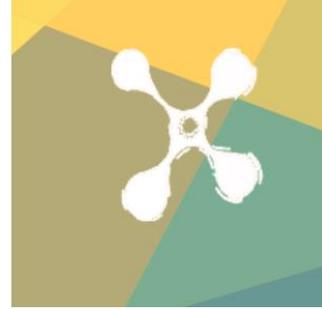
Tabela 1 - Nível de satisfação dos empreendedores participantes do programa Flux.Us

Nível de Satisfação	NPS
Mentorias Coletivas	79
Mentorias individuais	100
Organização do Programa	93
Conteúdos abordados	79

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Segundo Reichheld (2003) a metodologia NPS considera os seguintes parâmetros:

NPS Excelente – entre 75 e 100; NPS Muito bom – entre 50 e 74; NPS Razoável – entre



0 e 49; NPS Ruim – entre -100 e -1.

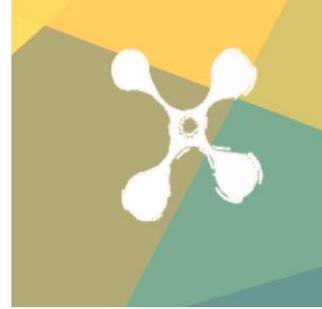
Os dados de NPS apresentados na Tabela 1 e de acordo com Reichheld (2003) o programa Flux.Us foi considerado pelos 25 empreendedores excelentes, já que todas as variáveis pesquisadas estão acima de 75 pontos. As mentorias individuais e a organização do programa destacam-se como as melhores avaliadas.

Foi perguntado também aos empreendedores se estes indicariam o programa para outros empreendedores. Como resultado desta pergunta obteve-se um NPS no valor de 100, que indica que o NPS máximo.

A partir dos resultados obtidos pelas pontuações do NPS, pode-se considerar que o programa Flux.Us na visão dos empreendedores foi classificado como de excelente qualidade e que todos os participantes indicariam o programa para outros empreendedores. Quanto aos impactos do compartilhamento do conhecimento junto aos empreendedores obteve-se os seguintes relatos:

Tabela 2 - Impacto do compartilhamento do conhecimento na visão dos empreendedores (os autores)

Empreendedor	Impacto
Empreendedor A	<i>“...eu fiquei muito feliz com as conexões, com os negócios e pessoas que eu conheci, com as experiências, com a troca. Conheci nova forma de pensar e ver que tem gente que pensa diferente, e que isto colabora com o nosso desenvolvimento...”</i>
Empreendedor B	<i>“...todo este contato com vocês deu uma revigorada no nosso negócio. Deu um norte. Acendeu uma luz para nós, surgindo muitos clientes. Estes contentes com os resultados que estão aparecendo...”</i>
Empreendedor C	<i>“...sempre é bom ter um mentor dedicado e orientando os nossos projetos. E a incubadora fez com que eu tirasse a ideia do papel. Me deu novos parceiros para fazer o meu negócio rodar...”</i>



Empreendedor D	<i>“...Mentoria todo mundo deveria fazer. Tua abre, expande, cria confiança. Me ajudou a pensar em vários lados do negócio...”</i>
Empreendedor E	<i>“...fomos provocadas desde o primeiro encontro. Nós ajudou a pensar mais amplo, nos provocou a pensar diferente. Ajudou a nortear o nosso projeto a partir dos ensinamentos ...”</i>

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

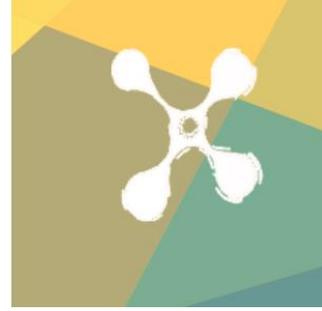
Observa-se a partir dos relatos que a interação entre os participantes e mentores do programa Flux.Us, por meio do compartilhamento do conhecimento realizado a partir das mentorias coletivas e mentorias individuais foram fundamentais para a aquisição de novos conhecimentos pelos participantes, bem como para a estruturação, redesenho e desenvolvimento dos negócios.

Quando o empreendedor relata “novas formas de pensar”; “abre, expande”; “acendeu uma luz para nós” demonstra que o conhecimento compartilhado pelos mentores e participantes criaram novas aprendizagens e novos conhecimentos que podem ser aplicados não apenas para um negócio, mas para qualquer momento da vida dos empreendedores.

Já, quando é relatado que “estamos contentes com os resultados que estão aparecendo”; “que a incubadora fez que eu tirasse a ideia do papel”; “me ajudou a pensar vários lados do negócio”; e, “que nos ajudou a nortear nosso projeto a partir dos ensinamentos”, explicita o impacto do conhecimento compartilhado e da aplicação pelo empreendedor junto ao seu negócio, possibilitando a visualização de forma tangível da evolução do seu negócio.

6. Conclusões

A partir das pontuações aferidas pelos empreendedores utilizando da

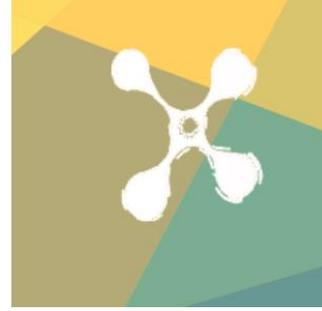


metodologia do NPS, pode-se considerar que o programa Flux.us, atingiu a excelência quanto as mentorias coletivas, individuais, organização e conteúdo na visão dos empreendedores participantes, bem como, indicariam o programa para outras pessoas.

Pode-se também considerar que o compartilhamento do conhecimento gerado por meio das estratégias utilizadas, como os conteúdos na plataforma Sapienza, as mentorias coletivas, os momentos de networking, os convidados e as mentorias individuais geraram um impacto positivo, transformando a forma de pensar dos empreendedores e os seus negócios.

A partir dos resultados obtidos ressalta-se a importância dada pelos participantes a programas de incubação de negócios desenvolvidos por universidades, como explicitados pela literatura acadêmica sobre o tema, pois contribui para o cumprimento da essência da universidade como uma instituição produtora de conhecimento e que possibilita com que os conhecimentos gerados possam ser disseminados e compartilhados com os demais atores do ecossistema.

Sugere-se que outras pesquisas possam ser realizadas na busca de mensurar as barreiras que impedem o compartilhamento do conhecimento em programas de incubação virtual; as metodologias utilizadas por mentores para o compartilhamento do conhecimento; ou o status de letramento digital dos empreendedores em programas de incubação virtual.



Referências

Audy, J. L. N. (2006). Entre a tradição e a renovação: os desafios da universidade empreendedora. *Inovação e empreendedorismo na Universidade.*, p. 58-78. Porto Alegre: EDIPUCRS.

de Azevedo, I. S. C., Pozzobon, C., Campos, J. G. C., Urrutia, S. L., & Teixeira, C. S. (2016). Análise das incubadoras universitárias do Brasil. *Anais [...]. Fortaleza: Anprotec.* V. 1, 1-15.

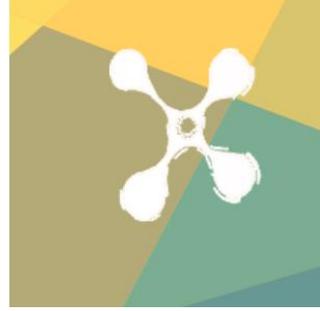
Bartol, K. M., & Srivastava, A. (2002). Encouraging knowledge sharing: The role of organizational reward systems. *Journal of leadership & organizational studies*, 9(1), 64-76.

BETHLEM, A. (1999). *Estratégia empresarial: conceitos, processos e administração estratégica*, 2. ed. São Paulo: Atlas.

Boff, P. R. (2008). A Gestão da Pesquisa com o Estreitamento da Relação Universidade/Empresa. *Gestão e Liderança Universitária.* 177-220, Caxias do Sul: EDUCS.

Lei n. 13.243, de 11 de janeiro de 2016. (2016) Dispõe sobre estímulos ao desenvolvimento científico, à pesquisa, à capacitação científica e tecnológica e à inovação. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/l13243.htm. Recuperado em: 28 agosto de 2021.

Campos, J. G. C., Souza, J. A. D., & Freire, P. D. S. (2017). Compartilhamento do conhecimento em university coworking spaces: modelo, ações e contribuições para o desenvolvimento de startups: ciclo 2015 do laboratório de inovação e empreendedorismo da universidade do sul de santa catarina - ilab-unisul. *Propriedade Intelectual, Desenvolvimento e Inovação: ambiente institucional e organizações*, p. 300-313, Ediunec.



Campos, J. G. C. (2020) MODELO PARA O COMPARTILHAMENTO DO CONHECIMENTO EM COWORKING SPACES. 2020. 137 f. Tese (Doutorado) - Curso de Doutorado em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2020. Disponível em: <http://btd.egc.ufsc.br/wp-content/uploads/2020/04/JOAO-GERALDO-CARDOSO-CAMPOS.pdf>.

Recuperado em: 26 agosto de 2021.

Cavalcanti, M. F. R., & Alcadipani, R. (2013). Organizações como processos e Teoria Ator Rede: a contribuição de John Law para os estudos organizacionais. *Cadernos EBAPE. BR*, 11(4), 556- 568.

Christensen, P. H. (2007). Knowledge sharing: moving away from the obsession with best practices. *The Journal of Knowledge Management*, Vol.11, p. 36-47.

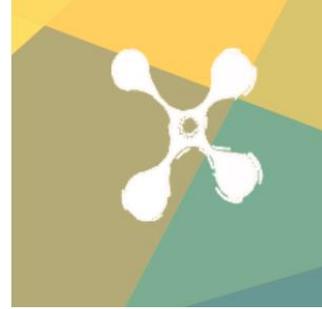
Connelly, C. E., & Kelloway, E. K. (2003). Predictors of employees' perceptions of knowledge sharing cultures. *Leadership & Organization Development Journal*, 24(5), 294-301, Emerald.

Davenport, T. H. e Prusak, L. (1998). *Conhecimento Empresarial*. São Paulo: Editora Campus.

Dyer, J. H., & Nobeoka, K. (2000). Creating and managing a high-performance knowledge-sharing network: the Toyota case. *Strategic management journal*, 21(3), 345-367.

Etzkowitz, H. (2003). Innovation in innovation: The triple helix of university-industry-government relations. *Social science information*, 42(3), 293-337. Disponível em: <<http://ssi.sagepub.com/content/42/3/293.short>>. Recuperado em: 18 junho de 2016.

Van Den Hooff, B., & De Ridder, J. A. (2004). Knowledge sharing in context: the influence of organizational commitment, communication climate and CMC use on



knowledge sharing. *Journal of knowledge management*, 8(6), 117-130.

Ipê, M. Knowledge Sharing in Organizations: A Conceptual Framework. (2003). *Human Resource Development Review*, 2(4), 337-359.

Kotsemir, M., Abroskin, A., & Meissner, D. (2013). Innovation concepts and typology—an evolutionary discussion. *National Research University Higher School of Economics (HSE). Series: science, technology and innovation*. Moscow: MPRA Paper No. 45400.

Lin, H. F., Lee, H. S., & Da Wei Wang. (2009). Evaluation of factors influencing knowledge sharing based on a fuzzy AHP approach. *Journal of Information Science*, 35(1), 25-44.

Mars, M. M., & Rios-Aguilar, C. (2010). Academic entrepreneurship (re) defined: Significance and implications for the scholarship of higher education. *Higher Education*, 59(4), 441-460.

Verganti, R., & Norman, D. A. (2012). Incremental and Radical Innovation: Design Research versus Technology and Meaning Change. Designing Pleasurable Products and Interface. Milan. *Design Issues*.

de Oslo, O. M. (2005). Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. *Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico*.

Reichheld, F. F. (2003). The one number you need to grow. *Harvard business review*, 81(12), 46-55.

Schumpeter, J. A. (1934). The Theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle. *Cambridge (MA): Harvard University Press*.

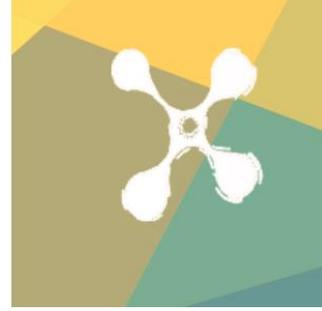
Tsui, L., Chapman, S. A., & Stewart, S. (2006). *A handbook on knowledge sharing:*

**International Journal of Knowledge Engineering and
Management,**

Florianópolis, v. 10, n. 28, 58-79, 2021.

• ISSN 2316-6517 •

• DOI: 1029327 •



Strategies and recommendations for researchers, policy makers and service providers. Alberta: Community-University Partnership for the Study of Children, Youth, and Families. Disponível em:
http://www.westernsydney.edu.au/__data/assets/pdf_file/0018/405252/Knowledge_Sharing_Handbook.pdf Disponível em:
Recuperado em: 20 de junho de 2018.