

Programa Institucional de Bolsas
de Iniciação Científica PIBIC

23 a 25
outubro

Pró-Reitoria de Pesquisa - Pibic/CNPq
Pró-Reitoria de Graduação - SAE/Unicamp



H0807

COMUNIDADE DE USUÁRIOS E EMPRESAS HOSPEDEIRAS: ENSAIO INTERPRETATIVO DA RELAÇÃO ENTRE EMPRESA E LEAD-USERS

Guilherme Masayuki Suguiy (Bolsista SAE/UNICAMP) e Prof. Dr. Paulo Sérgio Fracalanza (Orientador), Instituto de Economia - IE, UNICAMP

Embora existam diversos estudos e modelos explicando como a inovação e sua difusão acontecem no lado da oferta, os mesmos fenômenos acontecendo no outro lado da equação são muitas vezes ignorados e ficam órfãos de teorias capazes de explicá-las. Em consequência, muitos dos interessantes fenômenos da inovação no lado da demanda não são estudados. Um desses fenômenos é a formação de comunidades de usuários. Neste trabalho busca-se estudar as motivações dos usuários para participar e contribuir com essas comunidades, especialmente as mantidas por empresas. A formação de comunidades de usuários ocorre nos mais diversos setores. As motivações são heterogêneas, mas é possível encontrar semelhanças entre as diversas motivações. Uma semelhança marcante é o aspecto social em grande parte delas. A troca de favores, a procura por ajuda para resolver um problema, a troca de conhecimento, a crença na reciprocidade, são todos motivos encontrados que justificam a participação dos usuários e que apresentam um lado social. Por fim, a presença ou não de uma empresa por trás da comunidade pode não ser o fator mais importante para os usuários decidirem se irão contribuir ou não. A forma como a comunidade é gerida e a forma como a sua contribuição é tratada são fatores mais importantes.

Comunidade de usuários - Inovação - Lead-users