Brazilian Journal of Development

Proposta de modelo para a elaboração da capacidade da inovação

Model proposal for developing innovation capacity

DOI:10.34117/bjdv6n3-350

Recebimento dos originais: 11/02/2020
Aceitação para publicação: 24/03/2020

Marcos de Oliveira Morais
Pós - Doutorando em Engenharia de Produção/Universidade Paulista UNIP
Doutor em Engenharia de Produção/Universidade Paulista UNIP
Professor Universidade de Santo Amaro – UNISA, Professor Centro Universitário Estácio SP
Endereço: Universidade Paulista UNIP – Rua Dr Bacelar 1313, Vila Clementino – CEP: 04026-002, São Paulo - SP, Brasil.
E-mail: marcostecnologia@ig.com.br

Marcelo Luís Costa Pereira
Mestrando em Ciências Contábeis na Faculdade Escola de Comércio Alvares Penteado - FECAP
Pós-Graduado em Engenharia Econômica e Administração Industrial pela FEng/UERJ
Professor Centro Universitário Senac SP, Professor Centro Universitário Estácio SP e Bolsista do Centro de Empreendedorismo FECAP.
Endereço: Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado - FECAP, Av. da Liberdade, 532 - Liberdade, São Paulo - SP, 01502-00, São Paulo - SP, Brasil.
E-mail: stewardshipa7@gmail.com

Elaine Aparecida de Araújo
Mestra em Educação, Pós Graduada em Formação para Docência de Ensino Superior a Distância EaD, MBA em Gestão Empresarial, Bacharel em Administração.
Professora na Universidade Estácio de Sá e FAM Centro Universitário.
Endereço: Rua Giuseppe Tartini, 15 - Rua Dez, 177 - Jardim São Bernardo - São Paulo/SP - CEP: 04844-300
E- mail: elainearaujo.administradora@hotmail.com

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo estabelecer um panorama teórico para a elaboração de modelo para a capacidade da inovação com a finalidade de propiciar crescimento intelectual, econômico e tecnológico de alto nível e de possibilitá-las adquirir vantagens competitivas diante da concorrência. Com a projeção de novos modelos para auxilio a gestão organizacional torna-se relevante fomentar o assunto uma vez que as novas tecnologias estão sempre em uma nova crescente, favorecendo também a interação e interface dentro das organizações estimulando os rompimentos de barreiras internas e externas nas organizações. O objetivo dessa abordagem foi tornar a metodologia proposta de fácil compreensão e implementação pelas empresas independentemente de seu porte ou área de atuação relacionando a teoria apresentada. Além da síntese conceitual proposta, o presente artigo estabelece um referencial teórico que pode ser útil para pesquisas futuras ligadas ao tema como a implementação de sistemas integrados nas organizações.

Brazilian Journal of Development

Palavras chaves: Capacidade, Metodologia, Capacitação da Inovação, Gestão.

ABSTRACT

This work aims to establish a theoretical panorama for the elaboration of a model for the innovation capacity in order to provide high-level intellectual, economic and technological growth and to enable them to acquire competitive advantages in face of the competition. With the projection of new models to aid organizational management, it becomes relevant to promote the issue since new technologies are always in a new crescent, also favoring interaction and interface within organizations, encouraging the breaking of internal and external barriers in organizations. The objective of this approach was to make the proposed methodology easy to understand and implement by companies regardless of their size or area of activity, relating the theory presented. In addition to the proposed conceptual synthesis, this article establishes a theoretical framework that can be useful for future research related to the theme, such as the implementation of integrated systems in organizations.

Keywords: Capacity, Methodology, Innovation Training, Management.

1 INTRODUÇÃO

A globalização vem causando um enfrentamento competitivo entre as organizações que estão deixando de atuar de forma isolada para atuar de maneira conjunta com outras organizações na busca pela melhoria de seus processos objetivando a redução de custos e potencializando a produtividade por meio da capacidade de inovação. A capacidade de inovação permite que as empresas percebam oportunidades e ameaças, tomem decisões oportunas, orientadas para o cliente e reconfigurarem os recursos de rede para atender às expectativas crescentes dos clientes (FAWCETT, JONES, & FAWCETT, 2012).

A capacidade de inovação é considerada ponto chave para o sucesso das empresas em cenário de competitividade global. Assim, a capacidade de inovação no relacionamento com parceiros da cadeia de suprimentos refere-se à aplicação ou utilização de recursos externos para gerar novos produtos ou processos em relações de cooperação e troca (JEAN et al., 2012).

A transformação dos conhecimentos e das aprendizagens organizacionais em novas metodologias introduz no mercado inovações radicais e incrementais para se obter vantagens competitivas cada vez mais frequentes. Embora o processo inovativo seja cada vez mais percebida e perseguida como uma forma de se construir e sustentar a vantagem competitiva, de maneira isolada, não garante essa vantagem. Com isso, a inovação depende da maneira como todo esse processo é conduzido, ou seja, depende dos seus recursos, da tecnologia, das rotinas e da capacidade de gerenciamento e principalmente do capital humano inserido em seu contexto (TIDD, BESSANT e PAVITT 2008).

Buscar alinhar novos modelos conceituais aos já existentes passa a ser de extrema relevância para melhoria e construção das ferramentas estratégicas existentes, estimulando o crescimento

organizacional bem como o do capital humano, propiciando uma empresa mais atuante e eficiente nas suas tomadas de decisões.

Diante do exposto, a principal contribuição do presente estudo se dá pela apresentação de elementos organizacionais que permitem contribuem para o desenvolvimento da capacidade de inovação.

A seguir apresenta-se a fundamentação teórica que contempla conceitos sobre gestão do conhecimento, a inovação e performance, a inovação e a inteligência competitiva e a capacidade de inovação. Na sequência detalham-se os procedimentos metodológicos e a análise dos resultados, e por fim, as considerações finais do estudo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1.GESTÃO DO CONHECIMENTO

A Gestão do Conhecimento tem como uma de suas principais metas, a criação de valor a partir dos ativos intangíveis de uma organização, coordenando e explorando os recursos ligados e originados do conhecimento seja ele tácito ou explícito com a finalidade de criar benefícios e vantagens competitivas para as organizações e a todos os envolvidos. Como uma ferramenta que busca identificar e alinhar o conhecimento coletivo em uma organização surgiu a Gestão do Conhecimento, tentando melhorar a sua competitividade, juntamente com sua capacidade de inovar e de responder às mudanças (ALAVI & LEIDNER, 2001).

Pode se entender por Gestão do Conhecimento como um processo sistêmico e de origem organizacional para criar, integrar, transferir e alinhavar conhecimentos correlatos, de maneira a disseminar por toda a organização e que também possam ser aplicáveis às outras, com o máximo de aproveitamento para a instituição. (CHUANG et al., 2013).

A Gestão do Conhecimento possui elementos sistêmicos, pelos quais as empresas passam a adquirir, organizar e a disseminar fatores como o conhecimento possibilitando tornar a empresa eficiente e eficaz em seus processos administrativos e produtivos. O conhecimento e a sua gestão visam maximizar a eficiência de recursos e a sua contribuição para com os resultados da organização (KIANTO e ANDREEVA, 2014).

As empresas que investem em capital humano e na sua qualificação passam a ter uma melhor visibilidade seja pelo lado dos seus colaboradores como também pela sociedade de um modo geral afetando positivamente o ambiente que ela está inserida. A Gestão do Conhecimento trata de criar, identificar, capturar e compartilhar conhecimento organizacional, através da criação de um ambiente capaz de estimular as pessoas a si tomarem parte do processo de compartilhamento (CHRISTOPHER; TANWAR, 2012).

Brazilian Journal of Development

Para Mattera (2014), as organizações têm concentrado sua atenção e seus investimentos no desenvolvimento de ações e práticas de Gestão do Conhecimento, buscando criar mecanismos que propiciem aos sujeitos organizacionais aprender, sociabilizar e disseminar as informações e os conhecimentos, de modo a gerar melhorias contínuas no que tange a qualidade do trabalho, a redução de custos e riscos e, consequentemente, o processo decisório organizacional.

Os esforços da Gestão do Conhecimento decorrem da criação de espaços e situações que proporcionem a mobilização do saber individual para o coletivo na forma de processos, manuais e padrões de operacionalização de seu negócio, bem como do know-how reconhecido pelos grupos de interesse da organização (MATTERA, 2014).

2.2 INOVAÇÃO E PERFORMANCE

Muitas vezes o tema inovação está associado a algumas variáveis que pretendem explicar ou até mesmo avaliar seus impactos nas organizações, sejam estes referentes a pesquisa e desenvolvimento, a produtividade e principalmente ao conhecimento (FAGERBERG & SAPPRASET, 2011). Partindo deste princípio a gestão da inovação passa a contribuir com a eficiência e eficácia das organizações, potencializando não somente ganhos financeiros, mas também os ganhos intelectuais (CARRINCAZEAUX & GASCHET, 2015; MOTHE & THI, 2010; SCHUBERT, 2010).

Apesar da estratégia de inovação depender de decisões complexas e arriscadas, ela é fundamental para a sobrevivência das organizações, pois pode impulsionar resultados, acelerar crescimento, garantir vantagem sobre a concorrência e agregar valor aos stakeholders (GIACOMIN et al., 2014).

Empresas que buscam melhor seu desempenho devem levar em consideração as novas tecnologias e a atualização do capital humano existente na organização, possibilitando assim gerar novos conhecimentos tornando este elemento um fator relevante em seu aprimoramento. Concordando nessa mesma linha, a OECD (2015) afirma que a inovação é um dos fatores decisivos para o desenvolvimento econômico e social, uma vez que os indicadores de crescimento dos países mostram que a inovação contribui para o aumento da produtividade industrial e da qualidade de vida da população.

Baker e Sinkula (1999), sugerem uma orientação para o mercado e para a orientação para a aprendizagem, que estes sejam antecedentes do processo de inovação e este seja antecedente da performance construída nas organizações. A Figura 1 ilustra os elementos para a formação da performance organizacional.

Brazilian Journal of Development

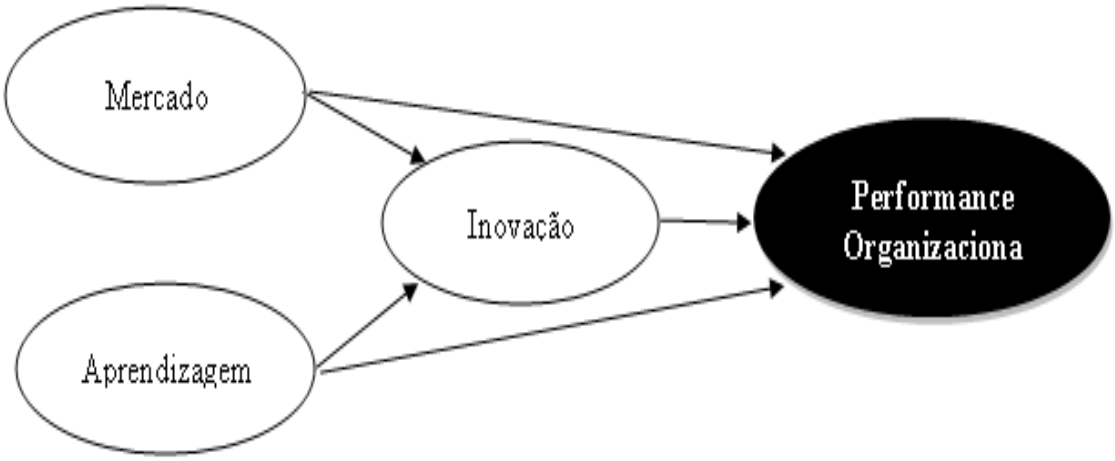


Figura 1: Formação da performance organizacional. Fonte: Adaptado de Baker e Sinkula, 1999,

Desenvolver e aprimorar novos processos, produtos e/ou serviço além de estimular o crescimento financeiro da organização, também estimula novos mercados, novos investidores e principalmente a economia do país. Pode-se, portanto, dizer que o processo de inovação se esforça para criar valor econômico para todas as organizações que nela investem (NUNES & LOPES, 2015).

Tidd & Bessant (2018) preconizam que as organizações que são consistentemente bem-sucedidas no gerenciamento da inovação tendem a superar seus concorrentes em termos de crescimento melhorando a sua performance, desempenho financeiro e empregos. Os autores ainda defendem que gerenciar a inovação não é fácil ou automático, mas é algo que requer habilidades e conhecimento.

Os processos de inovação aparecem sob a forma de ações de gestão de inovação tecnológica e performance bem como de práticas de gestão do conhecimento e operações de mudança organizacional (BOLY, 2014).

2.3 INOVAÇÃO E INTELIGÊNCIA COMPETITIVA

A gestão da inovação busca reunir mecanismos que incrementem a capacidade de inovar das organizações e, consequentemente, a capacidade competitiva (CANONGIA et al. 2004). Sendo assim surgem novas metodologias, como a Inteligência Competitiva, que apoia o desenvolvimento da inovação nas organizações (Rodrigues & Riccardi, 2007), pois pode permitir o entendimento das referidas correlações e a interpretação de volumosas massas de dados provenientes de diferentes fontes de informação (KÖSEOGLU et al., 2016).

A inteligência competitiva surge com as práticas de inteligência militar e governamental que foram disseminadas para o mundo empresarial. A partir dessa experiência, os empresários, com

alguns poucos professores, iniciaram o desenvolvimento do conceito de inteligência se conscientizando para a importância da informação no ambiente de negócios (PRESCOTT; MILLER, 2002).

Alguns elementos são registrados como complementares à inovação e a inteligência competitiva onde na Figura 2 é possível verificar uma prevalência do termo inteligência competitiva, bem como os temas relacionados, demonstrando claramente que para se formar a inovação e inteligência competitiva torna-se necessário a integração de interdisciplinares (LOPES et. al, 2017).



Figura 2: Inovação e Inteligência competitiva.

Fonte: Adaptado de Lopes et, al. (2017)

O sucesso de uma organização depende do processo de inovação criado pelos seus colaboradores de forma que um de seus elementos esteja voltado a inteligência competitiva. Os indivíduos que dominam essa competência são de extrema relevância para as organizações, ou seja, sabem o momento exato de fazer o uso destas competências em prol de tal objetivo (GOLEMAN, 2015).

Nas organizações, a Inteligência Competitiva é uma habilidade de visão diferenciada para auxiliar na tomada de decisão, tornando-se uma vantagem competitiva perante os concorrentes e posicionando-se de forma profícua no mercado (MARÓSTICA, 2014).

Brazilian Journal of Development

Assim, as organizações devem aplicar a inteligência competitiva (IC) como uma ferramenta estratégia capaz de levar adiante as decisões (Nasri, 2011; Strauss & Du Toit, 2010; Weiss & Naylor, 2010; Wright & Calof, 2006), de modo antecipado, para se adaptar ou estabelecer novas estratégias (Du Toit, 2013; Fleisher & Bensoussan, 2007), visando garantir melhor performance e permanência no mercado assediado pela concorrência (KHEZERLOO, 2012; LAGAT & FRANKWICK; SULO, 2015).

Conforme Santos e Barbosa et al (2016) relacionam-se estratégia, informação, conhecimento e inteligência, numa perspectiva sintética, em que a Inovação e a Inteligência Competitiva proporcionam melhorias dos processos, aprimoramento do sistema, fortalecimento da cultura e criação de conhecimento.

Em suma, pode-se definir a Inovação e Inteligência Competitiva como um processo estruturado e sistemático de coleta, análise e disseminação da informação oriunda do ambiente de negócios de uma organização, a ser utilizada como subsídio para a tomada de decisões estratégicas (PEREIRA et. al, 2019).

2.4 CAPACIDADE DE INOVAÇÃO

A busca das empresas por melhores resultados organizacionais está sendo cada vez mais enfatizada com o passar dos anos, o principal gatilho potencializador refere se a globalização iniciada nos anos noventa. Aumentar os volumes de produção e reduzir os custos sem afetar a qualidade dos produtos, processos e/ou serviços tornou-se a meta das organizações para o século XXI (DERVITSIOTIS, 2010).

A capacidade de inovação pode ser compreendida como uma capacidade organizacional estratégica que busca alinhar as práticas da inovação com a orientação estratégica. Essa capacidade pode ser vista como uma facilitadora da transformação de novos conhecimentos em produtos, serviços e processos inovadores ao mercado interno e externo da organização (FROEHLICH; BITENCOURT, 2015, CAMISÓN; VILLAR-LOPEZ, 2014).

Com as atuais perspectivas econômicas e o avanço da tecnologia as empresas passam por imprevisibilidades e dificuldades no seu cotidiano. Uma das maneiras de driblar estes inconvenientes está em potencializar a sua capacidade em inovar, permitindo assim agregar valor a organização, mantendo-se no mercado e objetivando criar e aumentar a sua vantagem competitiva (LIN et al. 2010; SAUNILA & UKKO, 2012).

O processo para fomentar a capacidade de inovação compreende a interação de vários elementos que se integram criando uma interface com várias competências. A capacidade de inovação desenvolvida por uma empresa pode ser nova para a própria empresa, nova para o setor de

atividade da empresa, nova para o mercado nacional ou até mesmo para o mercado internacional (PIKKEMAAT & PETERS 2006; TIRONI, 2011).

Dentre outras atividades, a gestão de ideias para a capacitação da inovação vem contribuir para o processo de conversão de conhecimento tácito em explícito, que tem como característica a utilização de metáforas, analogias, conceitos, hipóteses e modelos, o que facilita a comunicação do conhecimento tácito, que é reconhecidamente de difícil verbalização (NONAKA e TAKEUCHI, 1997; TERRA, 2012).

O conhecimento, o capital humano e a criatividade são fatores que combinados auxiliam na criação da capacidade de inovação nas empresas visto que, todo indivíduo possui sua própria experiência e know how, o que permite uma troca de informações agregando valor para a organização e também para os envolvidos. Capacidade de inovação é a capacidade que uma empresa tem para transformar e assimilar continuamente o conhecimento interno ou externo, sendo aplicado em produtos, processos e/ou serviços que possam beneficiar a organização e seus stakeholders (LAWSON & SAMSON, 2001; SAUNILA, PEKKOLA & UKKO, 2014).

Tidd, Bessant e Pavitt (2008) destacam que a inovação é consequente de processos organizacionais alinhados à estratégia organizacional que geram projetos para vantagem competitiva. Em suma, a capacidade que uma empresa possui em inovar vem por se tornar reconhecida como um fator chave nas vertentes da vantagem competitiva empresarial e sobrevivência organizacional (FERREIRA; MARQUES; BARBOSA, 2007; OLIVEIRA et al., 2016).

A gestão da capacidade de inovação deve abranger estes processos e uma série de elementos, compreendidos como capacidades de inovação, que contemplam a estratégia, cultura, processos, produtos, serviços, tecnologias, capacidade intelectual, estrutura organizacional e parceiros (MA, LOU, 2012; SILVA; LEITE; OLIVEIRA, 2016).

A capacitação para o processo inovativo passa e depende de vários fatores organizacionais envolvendo os diversos setores da empresa sejam eles internos ou externos englobando diversos segmentos. Abordando a capacidade inovativa como um constructo de formato multidimensional, que seria a inovação em produto, processo e organização, a mesma exerce efeito positivo em inovação no desempenho e em inovação de produto (MANTHEY et al., 2017).

3 METODOLOGIA

Considera-se uma pesquisa descritiva e também serve para a pesquisa bibliográfica permite compreender que, se de um lado a resolução de um problema pode ser obtida através dela, por outro, tanto a pesquisa de laboratório quanto a de campo (documentação direta) exigem, como

premissa, o levantamento do estudo da questão que se propõe a analisar e solucionar. A pesquisa bibliográfica pode, portanto, ser considerada também como o primeiro passo de toda a pesquisa científica (LAKATOS e MARCONI, 2001).

Trata-se também de um ensaio teórico de natureza exploratória, por meio de uma revisão bibliográfica em que se busca o aperfeiçoamento de ideias (Gil, 2002). O desenvolvimento desse estudo foi motivado pelo anseio em avaliar de forma crítica, como o desenvolvimento da capacidade relacional pode contribuir para a geração de inovações desenvolvidas no contexto de alianças estratégicas, sendo assim desenvolvido um modelo interligado às concepções apresentadas com base no referencial teórico.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Propõe-se após a identificação dos elementos que contribuem para a capacidade da inovação um modelo integrado para a gestão de vários processos relevantes para a eficiência e eficácia deste sistema de gestão.

Nagano et al. (2014) defende que a implementação bem-sucedida de inovações depende de uma série de fatores tais como: elementos tecnológicos, mercadológicos e organizacionais. De modo que, para promover a capacidade da inovação de forma sistêmica em empresas de grande porte, é necessária a integração desses fatores, a fim de suprir as demandas tecnológicas e de mercado.

Integração entre os elementos apresentam benefícios como a redução de custos, redução de duplicidade, redução de conflitos nos sistemas, economia de tempo para realização dos processos, gerenciamento de possíveis riscos de trabalhos, melhoria na comunicação, melhoria em toda organização (NETO; TAVARES; HOFFMANN, 2008).

A estrutura organizacional é o sistema formal de relações interpessoais, que se divide nas diferentes tarefas diárias e proporciona a elaboração e a coordenação entre estas tarefas.

Propõe-se um modelo integrado, que está organizado nas dimensões fundamentais apresentadas nesse trabalho. O modelo apresentado na Figura 3 exibe a compilação das características mais relevantes, e que devem ser implantadas pela empresa para a efetividade do processo de capacidade da inovação.

Brazilian Journal of Development

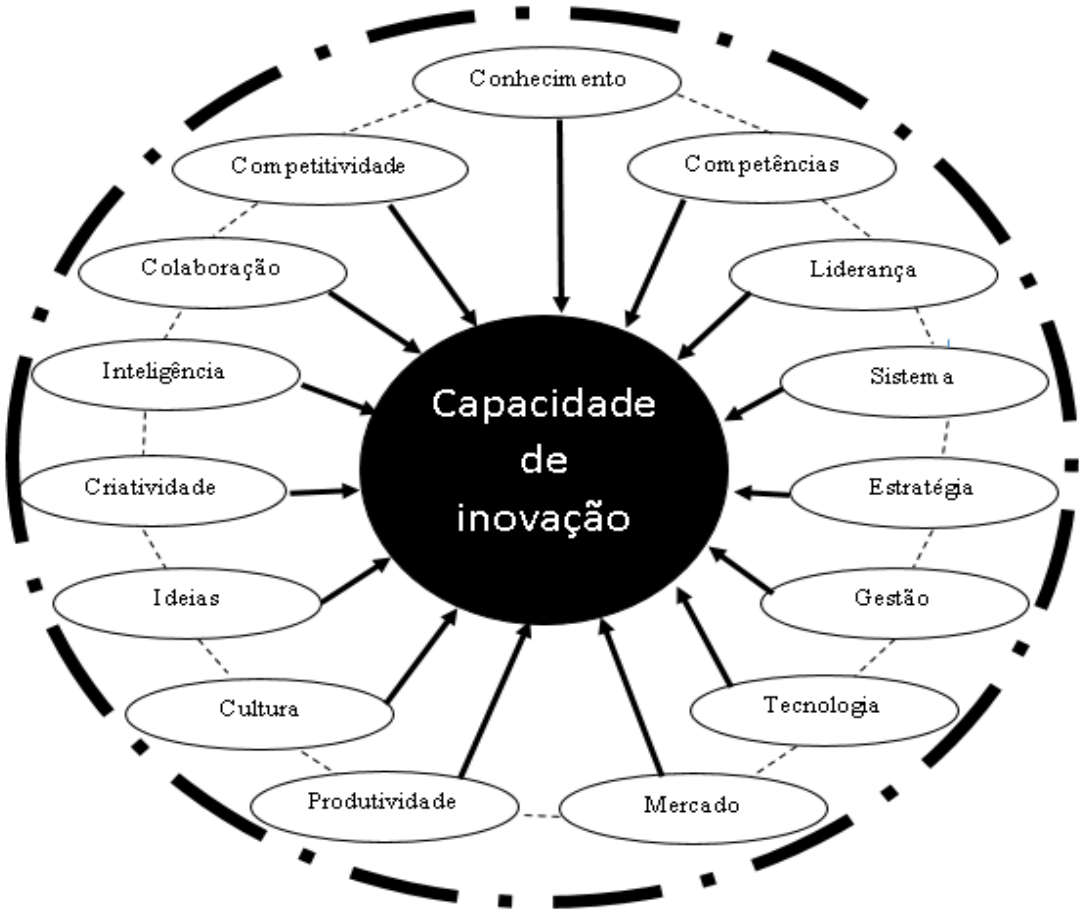


Figura 3: Capacidade de inovação. Fonte: os autores

Legenda:
------ Inter-relação
—— ▪ Interação
——→ Elementos proporcionastes

O modelo elaborado propõe como fundamento central a capacidade da inovação sendo apoiada diretamente por vários elementos agregando valor ao elemento central proporcionando melhoria para o desempenho organizacional. De tal modo que esses valores sejam aplicados a todos os demais elementos da cadeia, permitindo assim uma inter-relação e uma interação entre todos os processos envolvidos.

Stefanovitz (2011) afirma que sistemas integrados, compostos por elementos da gestão da inovação, contribuem de forma significativa para a redução de incertezas e dificuldades oriundas da implementação de inovações. É importante ressaltar que deve haver uma elevada interação entre os diferentes elementos do modelo para que ocorra a efetiva implementação e sucesso do sistema.

O processo de capacidade de inovação não é uma atividade isolada existindo apenas em uma empresa, mas existente em uma integração, envolvendo relacionamentos e elementos tangíveis e

intangíveis, cujo o resultado é baseado tanto nos recursos internos como externos das organizações. Isso deve ser levado em conta pois, subitamente, a introdução de mudanças pode gerar reações contrárias que necessitam ser administradas (MOURA e ADLER, 2011).

Possibilitar a atuação integrada de elementos multidisciplinares permite a otimização de recursos e a potencialização dos resultados permitindo menos esforços sejam organizacionais ou mesmo intelectuais, com isso propicia permear por novos fatores agregadores, tornando o processo de gestão aderente com a finalidade de gerar valor para a organização.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dada a crescente evolução que engloba o cenário contemporâneo e o aumento na taxa de mudanças tecnológicas a nível global, é possível notar que as etapas propostas nesse modelo podem ser temporárias. Dessa forma, as fases apresentadas constituem um modelo, que poderá ser utilizado como base para outros estudos, sujeitos as alterações dependentes do contexto em que a pesquisa está inserida.

Ao explorar a integração dos elementos propostos para a capacidade da inovação destacam-se a interface proporcionada pelos diversos fatores organizacionais que reforçam esta metodologia propondo um crescimento organizacional e gerando assim recursos relevantes para o processo de interação.

Em relação à teoria aplicada neste estudo, verificou-se que os elementos combinados facilitam a criação da capacidade da inovação e com isso potencializa as vantagens competitivas, as lucratividades e também a geração de novos mercados para a empresa.

A capacidade de inovação determina seu potencial de reação na busca por novos mercados principalmente após a globalização e atualmente com as quebrar das barreiras mundiais.

Mediante as considerações apresentadas sobre o modelo de capacidade da inovação expõem-se que quanto maior a interação e as interfaces relacionadas sejam elas internas ou externas nas organizações melhor será o resultado para os colaboradores, para os gestores e para a organização como um todo.

5.1 PESQUISAS FUTURAS

Uma proposta de pesquisa relativa à análise adicional ao modelo é a aplicação do modelo de constructo de desempenho da capacidade inovação na prática, sendo esta realizada em empresas de diversos segmentos sendo possível assim confrontar a aplicação teórica com a prática.

Brazilian Journal of Development

AGRADECIMENTOS

Ao Prosup/Capes, pelo suporte financeiro sob a forma de bolsa de Pós Doutorado, especialmente à Prof.ª Sonia Ribeiro, Coordenadora da Comissão de Bolsa da Universidade Paulista

REFERÊNCIAS

ALAVI, M., & LEIDNER, D. E. Review: Knowledge Management and Knowledge Systems: Conceptual Foundations and Research Issues. MIS Quarterly, 25(1), 107–136. 2001. https://doi.org/10.2307/3250961.

BOLY, V. Evaluating innovative processes in french firms: Methodological proposition for firm innovation capacity evaluation.Research Policy, 43, 608-622. 2014.

CAMISÓN, C; VILLAR-LOPEZ, A. Organizational Innovation as an Enabler of Technological Innovation Capabilities and Firm Performance. Journal of Business Research, 67, 2891- 2902. 2014.

CANONGIA, C., PEREIRA, M., MENDES, C. A., & ANTUNES, A. Mapeamento de inteligência competitiva (IC) e de gestão do conhecimento (GC) no setor de saúde. Revista de Biblioteconomia Eletrônica e Ciência da Informação, Florianópolis, 2004.

CARRINCAZEAUX, C., & GASCHET F. Regional innovation systems and economic performance: between regions and nations. European Planning Studies, 23(2), 262-291., 2015.

CHRISTOPHER, D.; TANWAR, A. Knowledge management in outsourcing environment: people empowering people. The IUP. Journal of Knowledge Management, v. 10 n. 2, p. 61-86. 2012.

CHUANG, S.-H., LIAO, C., & LIN, S. Determinants of knowledge management with information technology support impact on firm performance. Information Technology and Management, 14(3), 217–230. https://doi.org/10.1007/s10799-013-0153-1, 2013.

DE MOURA, H. T; ADLER, I. K. The ecology of innovation and the role of strategic design. Strategic design research journal, v. 4, n. 3, p. 112-117, 2011.

DU TOIT, A. Comparative study of competitive intelligence practices between two retail banks in Brazil and South Africa. Journal of Intelligence Studies in Business 2, 30-39. 2013.

FAGERBERG, J., & SAPPRASERT, K.2011). National innovation systems: the emergence of a new approach. Science and Public Policy, 38(9), 669-679. Doi: 10.3152/030234211X13070021633369. 2011.

FAWCETT, S. E., JONES, S. L., & FAWCETT, A. M. Supply chain trust: The catalyst for collaborative innovation. Business Horizons, 55(2), 163-178. 2012.

FERREIRA, J. J.M; MARQUES, C. S. E; BARBOSA, M. J. Relação entre inovação, capacidade inovadora e desempenho: o caso das empresas da região da beira interior. Revista de Administração e Inovação, São Paulo, v. 4, n. 3, p. 117- 132, 2007.

FLEISHER, C. S., & BENSOUSSAN, B. E. Business and competitive analysis: effective application of new and classic methods. Upper Saddle River, NJ: Financial Times Press. 2007.

FROEHLICH, C, BITENCOURT, C. C, Proposição de um modelo teórico para capacidade de inovação sustentável. Revista Ciências Administrativas, 2015.

GIACOMIN, R., DE MUYLDER, C., & LA FALCE, J. Mensuração da inovação: meta estudo. Anais do XXXIV Encontro Nacional de Engenharia de Produção, Infraestrutura e Desenvolvimento Sustentável: the Brasil + 10 Agenda. Curitiba, PR, Brasil, 07 a 10 de outubro. 2014.

Gil, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa (4o ed). São Paulo: Atlas. Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. American journal of sociology, 1360–1380. 2002.

GOLEMAN, D. Liderança: Inteligência Emocional na formação de um líder de sucesso. Tradução Ivo Korytowiski. Objetiva. 2015.

JEAN, R. J., KIM, D., & SINKOVICS, R. R. Drivers and performance outcomes of supplier innovation generation in customer–supplier relationships: The role of power – dependence. Decision Sciences, 43(6), 1003-1038. 2012.

KHEZERLOO, M. N. Competitive intelligence of managers and its relationship with product quality. Trends in advanced science and engineering, 5(1), 98-107. 2012.

KIANTO, A; ANDREEVA, T. Práticas de gerenciamento de conhecimento e resultados em empresas orientadas a serviços versus empresas orientadas a produtos. Gestão de Conhecimento e Processos, v. 21, n. 4, p. 221-230, 2014.

KÖSEOGLU, M., ROSS, G., & OKUMUS, F. Competitive intelligence practices in hotel. International Journal of Hospitality Management, 53, 161–172. 2016.

LAGAT, C., FRANKWICK, G., & SULO, T. Market orientation and firm performance in emerging markets. International Journal of Advanced Research, 3(9), 271-279. 2015.

LAKATOS, E. M; MARCONI, M. A. Metodologia Do Trabalho Científico. Andrade Marconi/ Lakatos- Editora Atlas S.A.- 2001- 6ª Edição.

LOPES, P. R. D; DE ARAÚJO JÚNIOR, R. H; PERUCCHI, V. Análise bibliométrica dos grupos de pesquisa em inteligência competitiva no Brasil. RBBD. Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação, v. 13, n. 2, p. 128-145, 2017.

MA, Y.; LUO, S. Management Innovation Capabilities Evaluation of Small and Medium-sized High-tech Enterprises in Shanghai. In: Business Intelligence and Financial Engineering (BIFE), 2012 Fifth International Conference on. IEEE, 2012. p. 641-645.

MANTHEY, N. B. et al. O Impacto da Capacidade de Inovação no Desempenho da Inovação de Produto em PMES do Setor Industrial. REGEPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, [S.l.], v. 6, n. 2, p. 311-341, ago. 2017. ISSN 2316-2058.

MATTERA. T. C. Gestão do conhecimento na prática. In: SOUTO, L. F. (Org.). Gestão da informação e do conhecimento: práticas e reflexões. Rio de Janeiro: Interciência, 2014. p.199-220.

MOTHE, C., & THI, T. The link between non-technological innovations and technological innovation. European Journal of Innovation Management, 13(3), 313-32. 2010.

NAGANO, M. S; STEFANOVITZ, J. P; VICK, T. E. Innovation management processes, their internal organizational elements and contextual factors: An investigation in Brazil. Journal of Engineering and Technology Management, v. 33, p. 63-92, 2014.

NASRI, W. Competitive intelligence in Tunisian companies. Journal of Enterprise Information Management, 24(1), 53-67. 2011.

NETO, B. M. R.; TAVARES, J. D. C. T.; HOFFMANN, S.C. Sistemas de Gestão Integrados – Qualidade, Meio Ambiente, Responsabilidade Social, Segurança e saúde no trabalho. São Paulo. Senac, São Paulo, 2008.

NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. Criação de conhecimento na empresa: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação. Rio de Janeiro: Campus, 1997. DOI: 10.2307/41165942.

NUNES, S., & LOPES, R. Firm performance, innovation modes and territorial embeddedness. European Planning Studies, 23(9), 1796-1826. 2015.

OLIVEIRA, M. C. S. F. et al. A influência da capacidade de inovação sobre o desempenho internacional: Um estudo com empresas de base tecnológica. Revista Economia & Gestão, Belo Horizonte, v. 16, n. 44, p. 192-212, dez. 2016. ISSN 1984- 6606. Disponível em:. Acesso em: 29 Jan. 2020.

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT. OECD. Education at a Glance 2015: OECD Indicators, OECD Publishing. Recuperado de: http://dx.doi.org/10.1787/eag-2015- en. 2015.

PEREIRA, F. C. M; DE CARVALHO, R. B; DE ÁVILA QUINTÃO, A. Uso da inteligência competitiva por micro, pequenas e médias empresas: estudo de caso nas empresas associadas à ACITA, Itabira (MG), Brasil. Revista Inteçigência Competitiva, v. 9, n. 3, p. 100-122, 2019.

PRESCOTT, J. E.; MILLER, S. H. Inteligência competitiva na prática: técnicas e práticas bem sucedidas para conquistar mercados. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

RODRIGUES, L., & RICCARDI, R. (2007). Inteligência competitiva: para negócios e organizações. Maringá (PR): Unicorpore.

SANTOS,I. M.;BARBOSA, C. R.;Ciência da Informação e Inteligência de Estado: Relações Entre a Gestão da Informação e do Conhecimento e a Proteção do Conhecimento Sensível.Bahia 2016MARÓSTICA, E. Inteligênciade Mercado. São Paulo: Cengage Learing, 2015

SCHUBERT, T. Marketing and organisational innovations in entrepreneurial innovation processes and their relation to market structure and firm characteristics. Review of Industrial Organization, 36(2), 189-212. 2010.

SILVA, J. C.; LEITE, R. T.; OLIVEIRA, M. A. Capacidades de inovação e indicadores não convencionais: um estudo exploratório. Revista de Administração, Sociedade e Inovação, v. 2, n. 2, p. 167-186, 2016.

STEFANOVITZ, J. P. Contribuições ao estudo da gestão da inovação: proposição conceitual e estudo de casos. 2011. 197 p. Tese (Doutorado) – Escola de Engenharia de São Carlos da Universidade de São Paulo, São Carlos, 2011.

STRAUSS, A., & DU TOIT, A. Competitive intelligence skills needed to enhance South Africa's competitiveness. Aslib Proceedings. New Information Perspective, 62(3), 302-320. 2010.

TERRA, J. C. 10 dimensões da gestão da inovação: uma abordagem para a transformação organizacional. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

TIDD, J; BESSANT, J. Innovation management challenges: from fads to fundamentals.International Journal of Innovation Management, 22, n. 05, p. 1840007, 2018.

TIDD, J; BESSANT, J; PAVITT, K. Gestão da Inovação, 3ª. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

WEISS, A., & NAYLOR, E. Competitive intelligence: How independent information professionals. American Society for Information Science and Technology, 37(1), 30-34. 2010.

WRIGHT, S., & CALOF, J. L. The quest for competitive, business and marketing intelligence: A country comparison of current practices. European Journal of Marketing, 40(5-6), 453-465. 2006.