logo_evangelica 

**PAPEL DA INTELIGENCIA COMPETITIVA NO PROCESSO DE INOVAÇÃO DENTRO DO UniCIETEC**

Role of competitive intelligence in the innovation process within the UniCIETEC

**Alexandre Coelho Xavier [[1]](#footnote-2)**

Graduando em Administração pela UniEVANGÉLICA - GO.

**Juliana Luíza Moreira Del Fiaco ²**

Orientador (a) do Trabalho de Conclusão de Curso - GO

**RESUMO**

Para criar e perenizar uma instituição é necessário o emprego de ferramentas e estratégias que prolongue o seu ciclo de vida. Nesse aspecto torna-se necessário a definição e a determinação do papel da inteligência competitiva. Essa noção se desenvolveu por meio de um questionário semiestruturado e por um referencial teórico pautado em fontes primarias e secundarias, que constituem a base dos conceitos de inovação. Os resultados apresentados obtiveram um caráter bastante coerente com a base teórica, onde esta define e cataloga a necessidade do emprego das pessoas, tanto interna quanto externa, para a concretização de um processo de inovação. O artigo trata em especial da UniCIETEC que é uma incubadora adjetivada como um centro de disseminação e compartilhamento de tecnologias e gestão. A metodologia empregada consiste quanto aos fins, uma pesquisa descritiva e explicativa. Referenciando os meios de investigação caracteriza-se como bibliográfica, um estudo de caso e uma pesquisa de campo.

**Palavras-chave**: Inteligência competitiva; Incubadoras; Processo de inovação; Inovação.

**ABSTRACT**

Creating and enduring an institution requires the use of tools and strategies to extend its life cycle. In this aspect it becomes necessary to define and determine the role of competitive intelligence. This notion was developed through a semi-structured questionnaire and a theoretical framework based on primary and secondary sources, which are the basis of the concepts of innovation. The results presented were quite coherent with the theoretical basis, where it defines and catalogs the need for the employment of people, both internal and external, for the realization of an innovation process. The article deals in particular with UniCIETEC, which is an incubator that is used as a center for the dissemination and sharing of technologies and management. The methodology used consists of descriptive and explanatory research. Referencing the means of investigation is characterized as bibliographical, a case study and a field research.

**Key words**: Competitive intelligence; Incubators; Innovation; Innovation process.

**1 INTRODUÇÃO**

A compreensão do mundo tornou-se a chave para se manter nele. Organizações e instituições ficam frágeis e obsoletas frente às novas dinâmicas globais. O mundo pós-moderno apresenta-se de forma inconstante e volátil. A instabilidade do momento é reflexo de um mundo globalizado e conexo. Nesse contexto, a Administração tornou-se uma área de extrema importância (CHIAVENATO, 2014).

Atribui-se sua importância ao se confrontar com grandes empresas,

[...] seu tamanho e pela complexidade de suas operações, as organizações, ao atingirem um certo porte, precisam ser administradas e a sua administração requer todo um aparato de pessoas estratificadas em diversos níveis hierárquicos que se ocupam de incumbências diferentes (CHIAVENATO, 2014, p. 2).

A velocidade das transformações focaliza a necessidade de uma administração para o futuro. O emprego da gestão da inteligência competitiva, juntamente com o processo de inovação, promove uma forma sistematizada de uma estrutura, capaz de perenizar uma organização.

Ao organizar e captar informações relevantes, o gestor pode fornecer ao núcleo de inovação, parâmetros e *insights* para a confecção de uma nova ideia. O processo de captação da informação desenvolve-se a partir de um banco de dados existente, podendo este, ser proveniente do meio interno e externo.

Todo processo de transformação de dados em informações se torna operante, mediante o emprego do capital humano. Num momento de volatilidade, os profissionais devem ser capazes de gerir a informação e estruturá-la em busca da solução de uma problemática empresarial.

Pode ser inferido aos indivíduos da organização, o título de ativos intangíveis, preconizando as competências individuais e corroborando para a estrutura organizacional. “Os funcionários são o ativo mais importante de uma organização, lembrando sempre que são os clientes que os mantêm” (MARRAS, 2010, p.42).

As alternativas para a superação e perenização da organização, desenvolve-se em busca de novos produtos e serviços. Novas oportunidades ocorrem de forma imprevisível e previsível (DRUCKER, 2011).

A delimitação da estrutura e o processo pelo qual a inovação se dará, correspondem ao mecanismo a ser analisado. A sistematização das fontes de mudanças gera um mecanismo facilitador da gestão de novas oportunidades.

Assim, o desafio da organização é o de aprender a ser competitiva. Voltando-se ao mercado e desenvolvendo a capacidade de deixar para traz tecnologias de ontem, a empresa deve-se direcionar toda a sua envergadura para a inovação (DRUCKER, 2018).

Nessa ótica, no ambiente externo surgem espaços de fomento ao crescimento e competitividade das empresas. Essas instituições usufruem de condições para o desenvolvimento e aperfeiçoamento de ideias e produtos.

Atualmente com a missão de desenvolver ideias inovadoras e envolvendo a investigação acadêmica com o meio empresarial, por meio de uma contribuição para a dinamização da cultura empreendedora e tecnológica na cidade de Anápolis e região, o UniCIETEC é compreendido como referência no segmento.

O UniCIETEC é um Centro de Inovação, Empreendedorismo e Tecnologia, localizado em Anápolis, no estado de Goiás. Atua dentro da UniEVANGÉLICA - Centro Universitário de Anápolis, germina como um espaço para estimular o crescimento e competitividade das empresas, tendo como objetivo principal o aproveitamento das habilidades do corpo docente da institucional educacional a qual pertence, fornecendo oportunidades concretas e com potencial de fortalecimento do empreendedorismo local (UniEVANGÉLICA, 2019)

A observação da análise externa da organização demonstra o ambiente de extrema inconstância. Conceitos como inovação e gestão da competência humana, ganham enorme disseminação, em função da necessidade organizacional de estar à frente do seu concorrente.

Nesse cenário, as pessoas são o maior patrimônio das instituições. Em especial, pela capacidade dos seus integrantes em ser o canal para a mudança, tornando-se importante a análise do papel da inteligência competitiva e sua união ao processo de inovação. Sendo assim qual o papel da inteligência competitiva do UniCIETEC?

Dentro desses aspectos, tornou-se necessário a identificação do papel da inteligência competitiva no processo da inovação dentro do UniCIETEC, identificando os meios de armazenamento de conhecimento, relatando as formas como ele cria e dissemina seu conhecimento e suas características do processo de inovação.

A dificuldade de sobrevivência e perenização das organizações, no mundo moderno, têm surgido como um grande dilema nas empresas. O conhecimento dos processos de inovação em concomitância com a inteligência competitiva corresponde como solução ou alternativa mitigadora do impacto do ambiente externo.

A análise dos processos e categorização dos ativos humanos abastecem a organização com a capacidade de se manter em um ambiente turbulento.

Portanto, a partir dessas prerrogativas, a compreensão do sucesso do UniCIETEC em prever e antecipar as inconstâncias do ambiente, torna-se o ponto de partida desse estudo. Sendo assim, o objetivo geral desse trabalho científico foi definir o papel da inteligência competitiva do UniCIETEC, como fonte catalizadora do processo de inovação, desenvolvendo os meios de identificação do armazenamento do conhecimento, relatando as formas como o UniCIETEC cria e dissemina seu conhecimento e caracterizando o processo de inovação no UniCIETEC.

**2 REFERENCIAL TEÓRICO**

**2.1 Inovação**

"As empresas atingem a vantagem competitiva através das iniciativas de inovação. Elas abordam a inovação no seu sentido mais amplo abrangendo novas tecnologias e novas maneiras de fazer as coisas" (MORAES, 2003 apud PORTER, 1999, p. 174).

A inovação é a execução de um bem ou serviço novo ou com intensa modificação, ou processo, ou um novo método (OECD, 2005).

De acordo com Rezende (2014) as fontes de uma oportunidade de inovação são: o inesperado, a incongruência, a inovação baseada na necessidade do processo, mudanças na estrutura do setor industrial ou na estrutura de mercado, mudanças demográficas, percepção, disposição, significado e conhecimento novo.

“As linhas que delimitam essas áreas de fontes de oportunidades inovadoras são nebulosas e existe uma considerável sobreposição entre elas” diz Drucker (2005, p. 47).

A inovação é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio diferente ou um serviço diferente. Ela pode ser apresentada como uma disciplina, ser aprendida e ser praticada. Os empreendedores precisam buscar, com propósito deliberado, as fontes de inovação, as mudanças e seus sintomas que indicam oportunidades para que uma inovação tenha êxito. E os empreendedores precisam conhecer e pôr em prática os princípios da inovação bem-sucedida (DRUCKER, 2011, p. 25).

2.1.1 Tipos de inovação

O reconhecimento dos tipos de inovação tem sido objeto de interesse crescente nas organizações (CARVALHO, 2009).

2.1.1.1 *O grau de novidade de inovação*

Como apresentado por Drucker (2009) existem dois níveis de inovação: radical e incremental. A primeira trata de um modelo de quebra total dos paradigmas e o segundo modelo é compreendido como um aperfeiçoamento ao processo, produto ou serviço.

Esse modo aborda a qualidade da inovação, com uma apreensão quantitativa do conceito (MASCARENHAS, 2016).

2.1.1.2 *Inovação de produto*

Segundo a OECD (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico, 2005) compreende a introdução de um novo produto ou serviço ou um melhoramento significativo.

Esse conceito apresenta-se como mudanças nos produtos ou serviços oferecidos pelas organizações (BESSANT, 2009).

2.1.1.3 *Inovação de processo*

A OECD (2005, p.58 *apud* NIRAZAWA, 2015, p.7-8) retrata que “uma inovação de processo é a implementação de um método de produção ou distribuição novo ou significativamente melhorado”.

“A inovação de processo ocorre quando os métodos de produção e distribuição dos produtos passam por mudanças significativas, incorporando novas características” (FREITAS, 2013).

O enfrentamento da inovação não deve ocorrer de forma isolada, contudo, por meio de uma série de atividades integradas (BESSANT, 2009).

2.1.1.4 *Inovação organizacional*

É a prática de um novo método organizacional dentro das instituições (OEDC, 2005).

O desenvolvimento da inovação organizacional pode ocorrer em qualquer área da gestão empresarial (FREITAS, 2013).

2.1.2 Inovação aberta e inovação fechada

Corroborando com os conceitos anteriormente apresentados, a inovação aberta e fechada, apresenta um alto ponto de alta importância.

A inovação aberta possui como premissa a utilização de caminhos internos e externos para desenvolver novas tecnologias. A empresa deve buscar sua inovação em várias fontes (CARVALHO, 2009).

O sistema objetiva transcender a habilidade uni-direcionada dos departamentos de pesquisa, por meio da integração com o ambiente externo, flexibilizando e agilizando processos, produtos e serviços desenvolvidos pela organização. Essas medidas proporcionam uma rápida resposta às necessidades do mercado.

A inovação fechada resume a uma postura introspectiva. “O que desejamos deve ser feito por nós.” Pautados em busca por departamentos de pesquisa e desenvolvimento, o sistema fechado se baseia em contratação de pessoas qualificadas, concepção da ideia, criação do protótipo e comercialização (KOTLER, 2012).

Nesse modelo, a estratégia dar-se-á por meio do pioneirismo, a premiação da empresa ocorrerá no preço e no emprego de mecanismos de proteção (PAESANI, 2015).

“A vantagem competitiva pela lógica da inovação fechada está alicerçada nos conceitos de construção de barreiras efetivas para os demais competidores, e a obtenção do prêmio de preço, na estratégia de diferenciação” (CARVALHO, 2009, p. 29).

**2.2 Inteligência competitiva**

Como estratégia de perenizarão e manutenção das organizações, o entendimento do que é inteligência competitiva é a soma para resultados mais expressivos. A capacidade de abstração desse conceito é vital na composição da engrenagem. Nesse sentido a inteligência competitiva é adjetivada como um processo dinâmico, formado pela gestão da informação e gestão do conhecimento (VALENTIM, 2018).

O processo de inteligência competitiva aborda uma análise sistêmica da organização. Investiga o ambiente de inserção da organização bem como o microambiente, aspectos como a cultura e políticas organizacionais (TARAPANOFF, 2002).

As organizações se detalham em uma estrutura de competências, essas são atreladas ao capital humano. As pessoas são diretamente responsáveis por gerir os ativos financeiros, desenvolvimento de novos produtos, análise interna e externa. O resultado apresentado pelos agentes da organização proporciona a entrega de valor aos clientes (KOTLER, 2012).

"As empresas atingem a vantagem competitiva por meio das iniciativas de inovação. Elas abordam a inovação no seu sentido mais amplo abrangendo novas tecnologias e novas maneiras de fazer as coisas" (PORTER, 1999, p. 174).

Segundo Takahashi (2011, p 83) “a capacidade de uma organização de inovar está diretamente associada à sua capacidade de incorporar conhecimentos aos seus processos, produtos e serviços”. Nesse ambiente, o capital humano deve se associar a organização com a premissa de observar o mercado e realizar estratégias de análise a competidores, interpretando o comportamento e necessidades dos consumidores.

Takahashi (2011) diz que o processo de inteligência competitiva, possui extrema importância ao buscar o alinhamento do processo de inovação à estratégia da organização. Rezende (2002, p. 2) afirma que: “são os profissionais que utilizam a informação na solução de problemas, ou como insumo gerador de ideias que irão fundamentar novas tecnologias e conceitos que, por sua vez, irão proporcionar vantagem competitiva”.

**2.3 Incubadoras**

Devido à competitividade entre as empresas, as incubadoras possuem um grande papel na sociedade moderna, funcionando como mecanismo de sinergia e propulsão a novos negócios. Essas empresas estão relacionadas aos sistemas locais de tecnologia.

A missão das incubadoras é fornecer suporte a pequenas e microempresas de base tecnológica, possibilitando a comunicação com centros de ensino e pesquisa. Além disso, oferecem o desenvolvimento de novos empreendimentos (RIBEIRO, GOMES DE ANDRADE & ZAMBALDE, 2005).

As incubadoras, para Hackett e Dilts (2004) são ambientes compartilhados que objetivam facilitar o acesso das empresas a recursos tecnológicos e de gestão, visando os sucessos dos projetos. Fornecendo oportunidades para o processo produtivo e oferecendo aos associados espaço físico, o apoio administrativo, aconselhamento e consultorias.

Segundo Hackett (2004) quando se discute sobre incubadoras, é importante manter em mente a ideia de totalidade das incubadoras. Precisamente, muitas destas empresas não são apenas centros de incorporação. a incubadora também é uma rede de indivíduos e organizações, incluindo incubadora e equipe, conselho de incubadoras, empresas e funcionários incubados, universidades locais e membros da comunidade, contatos do setor e provedores de serviços profissionais como advogados, contadores, consultores, especialistas em marketing. , capitalistas de risco, investidores anjos e voluntários.

Conforme Medeiros (1998), a incubadora é um emaranhado de instituições inter vinculadas com uma estrutura e arquitetura que estimulem e facilitem o seu relacionamento com empresa e a universidade, aumento de entrosamento, fortalecimento das empresas e um maior entrosamento com as instituições de apoio. Em suas origens, a missão das incubadoras é prestar um serviço de parceria e compartilhamento de instalações infraestrutura administrativa e operacional, criando um ambiente favorável a eclosão de novos negócios e posteriormente sua consolidação no mercado.

**3 METODOLOGIA**

A pesquisa realizada para a construção desse artigo pôde ser classificada, segundo Vergara (2016) quanto aos fins, uma pesquisa descritiva e explicativa. Referenciando os meios de investigação caracteriza-se como bibliográfica, um estudo de caso e uma pesquisa de campo.

O aspecto descritivo dessa pesquisa, delineou o papel da inteligência competitiva no processo de inovação no setor que trabalha Inovação Tecnológica, Empreendedorismo e Incubação de Empresa, o UniCIETEC, da UniEVANGÉLICA. Para Bell (2008) essa modalidade de pesquisa, torna público certo fenômeno, no caso definindo o papel da inteligência competitiva.

É uma pesquisa explicativa, por retratar os motivos e adjetivar as causas geradoras da inteligência competitiva. Sordi (2017 p. 63) argumenta que “os estudos explicativos procuram explicações sobre a natureza de certos relacionamentos por meio de testes de hipóteses para a compreensão de relações entre variáveis”.

Quantos aos meios a pesquisa foi bibliográfica porque existiu a necessidade de buscar livros de administração na área de inovação, principal temática do trabalho, bem como se tornou necessário fazer pesquisas em artigos científicos.

A pesquisa também constituiu um estudo de caso, pois descreveu e estudou como funciona o papel da inteligência competitiva e o processo de inovação dentro do UniCIETEC.

Vergara (2016) ressalta que o universo de uma pesquisa é compreendido como os indivíduos são detentores das características a serem estudadas, por isso, ela foi realizada com a coordenadora do UniCIETEC, objetivando o levantamento do papel da inteligência competitiva no processo de inovação. Foram entrevistados os funcionários com vínculo empregatício com a instituição e excluídos os fornecedores de serviços, parceiros e estagiários.

Os dados da pesquisa foram coletados por meio de um questionário semiestruturado, junto a coordenadora do UniCIETEC, também em livros e artigos científicos, eles foram analisados de forma qualitativa, evidenciando o embasamento teórico por meio de artigos científicos e livros acadêmicos.

Por ser essa pesquisa uma atividade deconclusão do curso de Administração, onde este faz parte das Ciências Sociais Aplicadas e cujos questionários não possuíram nenhuma questão que constrangesse o entrevistado, não se necessitou passá-lo, pelo comitê de ética em pesquisa da instituição, porque as perguntas tiveram apenas abordagem de cunho de opinião.

**3.1 História do UniCIETEC**

A UniEVANGÉLICA - Centro Universitário de Anápolis mantida pela Associação Educativa Evangélica (AEE), tem sua administração central situado na Avenida Universitária km 3,5, Cidade Universitária, Anápolis, Goiás, CEP: 75070-290.

O UniCIETEC - **Centro de Inovação, Empreendedorismo e Tecnologia,** se surgiu de uma concepção em ser um espaço criado para estimular o crescimento e competitividade das empresas por meio do avanço tecnológico. Além disso é responsável por administrar a política de inovação e promover a utilização do conhecimento científico e tecnológico produzido na UniEVANGÉLICA, tendo como principais departamentos a UniINCUBADORA e o NIT (Núcleo de Inovação Tecnológica) UniEVANGÉLICA (2019).

3.1.1 Missão

Apoiar o desenvolvimento de ideias inovadoras, envolvendo a investigação acadêmica com o meio empresarial, contribuindo para a dinamização da cultura empreendedora e tecnológica em Anápolis e região UniCIETEC (2019).

3.1.2 Visão

Criar e disseminar uma cultura forte de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, sendo um centro de referência que amplia as plataformas de cooperação entre Universidade, Empresas e Poder Público (UniCIETEC, 2019).

3.1.3 Valores

Conforme o UniCIETEC (2019) os valores da instituição são:

Ética

Inovação

Responsabilidade

Cooperação

Transparência

**3.2 Organograma do UniCIETEC**

**Figura n. 01:** Organograma da UniCIETEC

**Fonte:** UniCIETEC (2019)

**3.3 As políticas de Inovação do UniCIETEC**

Segundo a UniEVANGÉLICA (2019), o UniCIETEC se propõe a ser um espaço de atuação de docentes, pesquisadores e alunos, por meio dos eixos para o desenvolvimento de projetos e captação de recursos.

- Dando suporte técnico e gerencial a pesquisadores, bolsistas e empresários;

- Armazenando informações que permita ao UniCIETEC em qualquer tempo, ter uma avaliação do seu desempenho;

- Remunerando o corpo técnico e administrativo com verbas captadas em convênios e/ou projetos;

- Contratando pesquisadores de acordo com a demanda dos projetos;

- Remunerando também a níveis de projetos: estudantes de graduação, mestrado e doutorado que submeterem os seus trabalhos e pesquisas com potencial de mercado ao UniCIETEC;

- Atualizando o cadastro de pesquisadores (talentos) catalogados na Instituição;

- Criando um banco de talentos com pesquisadores que exercem ou já exerceram atividades em projetos de pesquisas submetidos e aprovados pelas agências de fomento à medida que aumentar a demanda do UniCIETEC.

**3.4 Diretrizes da UniINCUBADORA**

Conforme a UniEVANGÉLICA (2019), uma Incubadora de empresas é uma instituição que objetiva estimular a criação e o desenvolvimento de novos negócios, por meio da capacitação complementar do empreendedor em seus aspectos técnicos e gerenciais e pela oferta de uma estrutura física mínima necessária ao funcionamento das empresas nascentes.

A UniINCUBADORA, além de apoio técnico e gerencial, os empreendimentos incubados possuem um processo interativo com diferentes setores da sociedade, nichos empresariais e de órgãos governamentais, de forma a garantir um bom desenvolvimento do projeto de negócio proposto.

O público alvo da UniINCUBADORA são pessoas físicas ou jurídicas que tenham perfil empreendedor cujo projeto de negócio possua inovação tecnológica.

**3.5 Diretrizes do NIT**

O **NIT** é um departamento integrante do UniCIETEC criado para intermediar a relação entre o pesquisador e órgãos de fomento para pesquisas, empresários e a Academia e incentivar empreendedorismo inovador para implementação de uma gestão de transferência de tecnologia e propriedade intelectual (UniCIETEC, 2019)

3.5.1 Missão

Disseminar a importância da prática da pesquisa científica voltada à inovação e ao empreendedorismo, as relações entre a UniEVANGÉLICA e a sociedade civil, empresarial, agências públicas e privadas para a transferência de tecnologia, em contribuição ao desenvolvimento tecnológico, social e cultural da região de Anápolis e seu entorno UniCIETEC (2019).

**4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

A entrevista ocorreu por meio de um questionário semiestruturado, contendo questões abertas e fechadas totalizando nove questões. O questionário foi aplicado no dia 03 de junho de 2019 com a coordenadora do UniCIETEC que também é coordenadora da UniINCUBADORA e apresentou como resultado os seguintes pontos que se encontram analisados abaixo.

Foi questionado a coordenadora do UniCIETEC quais itens apresentam maior relevância para a sobrevivência das empresas incubadas. Entre eles estão Pessoas, Processos, Produtos ou serviços inovadores,Políticas de inovação,Novas tecnologias, Parcerias, Oportunidades de treinamento,Oportunidades de negócios,Network e Minicursos / simpósios / congressos, sendo obtido as seguintes respostas: Pessoas, Produtos ou serviços inovadores e parcerias.

A partir da segunda pergunta que indagava sobre as empresas incubadas e qual seria o tipo de inovação que elas trazem ao mercado, foi obtido como resposta o conceito de inovação de processo.

Atrelado a composição do quadro de funcionários do UniCIETEC, foi feito o questionamento sobre quais profissionais são necessários para compor o quadro de pessoal do UniCIETEC, obtendo como respostas “profissionais qualificados, comprometidos e com expertises diversas”.

A quarta tratativa buscava definir qual elemento é primordial para o desenvolvimento de um produto / serviço inovador, sendo respondido pela coordenadora do UniCIETEC “ter um projeto bem elaborado”.

No questionário foi levantada uma assertiva de caráter aberto, onde se questionou como o UniCIETEC aplica a inteligência competitiva dos membros internos e associados no desenvolvimento do processo de inovação das empresas incubadas, obtendo-se como resposta a frase: “por meio das capacitações que são oferecidas, uma vez que, os empreendedores são estimulados a conhecer mais profundamente o comportamento da concorrência e aprender a atuar nos gaps que são encontrados”.

Além dos elementos internos foi tratado na entrevista quais são os clientes do UniCIETEC, o perfil desses clientes e o perfil dos projetos incubados. A coordenadora relatou que concernente as seguintes afirmações, “a comunidade geral, empreendedores que tenham ideia de produto, processo e/ou serviço com caráter inovador, tecnológico ou com diferencial e que necessitem de orientação para transformá-lo em negócios viáveis e competitivos no mercado e propostas empreendedora nas áreas de atuação da UniEVANGÉLICA”.

Concluindo foi indagado como o UniCIETEC promove a oportunidade de registro de marca e o depósito de patentes para a sua clientela. No caso, a coordenadora respondeu que “através de divulgação”.

1. **CONSIDERAÇÔES FINAIS**

O presente artigo objetivou elaborar e constatar um elemento de coesão, entre os aspectos da inteligência competitiva e a inovação. Destaca-se a importância de um projeto bem elaborado, atrelado aos elementos: pessoas produtos ou serviços inovadores e parcerias.

Outro elemento circunstancial no processo de inovação está relacionado ao tipo de produto cujas empresas incubadas trazem ao mercado que consiste em inovação de processos.

Atrelado ao elemento compositor de uma inteligência competitiva está o agregamento de profissionais qualificados, comprometidos e com expertises diversas. Esse elemento se desenvolve por meio das capacitações que são oferecidas, uma vez que, os empreendedores são estimulados a conhecer mais profundamente o comportamento da concorrência e aprender a atuar nos gaps que são encontrados.

Sobre a ótica do objetivo geral deste artigo que consiste em identificar o papel da inteligência competitiva no processo da inovação, foi possível constatar a importância dos elementos humanos tais como colaboradores, empresas associadas e a gestão das tecnologias como fonte primordial para o auxiliar as empresas e os empreendedores incubados a atingirem êxitos na confecção dos produtos inovadores, além da observação de aspectos geratrizes do UniCIETEC, tais como perfil de clientes que são constituídos de empreendedores que tenham ideia de produto, processo e/ou serviço com caráter inovador, tecnológico ou com diferencial e que necessitem de orientação para transformá-lo em negócios viáveis e competitivos no mercado, e clientes que são a comunidade em geral. A respeito do objetivo específico que reside em identificar os meios de armazenamento de conhecimento, foi constatado o emprego de profissionais capacitados, comprometidos e com expertises diversas. Dentro da perspectiva do processo de inovação, componente do objetivo específico deste trabalho, foi atrelado a dinâmica do UniCIETEC o fornecimento de meios de capacitação, favorecendo os empreendedores com estímulos que incentivam os gestores das empresas incubadas a conhecer mais profundamente o comportamento da concorrência e aprender a atuar nas lacunas que são encontradas.

**6 REFERÊNCIAS**

ALMEIDA, Mário de Souza; FREITAS, Claudia Regina; SOUZA, Irineu Manoel de. **Gestão do conhecimento para tomada de decisão.** São Paulo: Atlas, 2011.

BESSANT, John; TIDD, Joe. **Inovação e empreendedorismo.** São Paulo: Bookman Companhia editora, 2008.

CARVALHO, Marly Monteiro de. **Inovação**: estratégias e comunidades de conhecimento. São Paulo: Atlas, 2009.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas:** o novo papel dos recursos humanos nas organizações. 4. ed. São Paulo: Manole, 2014.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração.** 9. ed. São Paulo: Manole, 2014.

CHIAVENATO, Idalberto. **Princípios da administração**: o essencial em teoria geral da administração. 2. ed. Barueri, São Paulo: Manole, 2012.

CHIAVENATO, Idalberto **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 4. ed. São Paulo: Manole, 2012.

DRUCKER, Peter Ferdinand**. Inovação e espírito empreendedor**: prática e princípios. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Introdução à administração**. São Paulo, SP: Cengage, 2018.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e Espírito Empreendedor**: Práticas e Princípios. Pioneira, 2005.

FIGUEIREDO, Paulo N. **Gestão da inovação**: conceitos, métricas e experiências de empresas no Brasil. 2. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015.

FREITAS FILHO, Fernando Luiz. **Gestão da inovação**: teoria e prática para implantação. São Paulo: Atlas, 2013.

GAMBLE, J. E.; THOMPSON JR., A. A. **Fundamentos da administração estratégica**: a busca pela vantagem competitiva. 2. ed. Porto Alegre: AMGH, 2012.

HACKETT, Sean M.; DILTS, David M. *A systematic review of business incubation research.* ***Journal of Technology Transfer****, Netherlands,* v.29, p. 55-82, 2004.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

MANTOVANI, D. M., GRANITO, R. A., CABRAL, D., & LEITE, M. F. (2007). O papel das incubadoras de empresas no desenvolvimento local: um estudo de caso. *INMR -* ***Innovation & Management Review***, *3*(1), 90-101. Recuperado de http://www.revistas.usp.br/rai/article/view/79058

MARRAS, Jean Pierre. **Administração de recursos humanos:** do operacional ao estratégico. 13. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

MASCARENHAS, José Pereira. Gestão da inovação: uma aproximação conceitual. Revista Brasileira de Gestão e Inovação, 2016. Disponível em: <<http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/RBGI/article/view/3731/2411>> Acesso em: 18 de maio de 2019.

MORAES, E. A. INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE: Uma proposta de redefinição da importância e escopo da inovação no modelo de estratégia competitiva baseado em competências cumulativas. Disponível em:<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/4957/1200301292.pdf?sequence=1>.Acesso em: 12 Abr. 2018.

MORAES, Edmilson Alves. Inovação competitiva: uma proposta de redefinição da importância e escopo da inovação no modelo de estratégia competitiva baseado em competências cumulativas. FGV, 2003. Disponível em :<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/4957/1200301292.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2018.

OECD, Oslo Manual. ***Guidelines for Collection and interpreting innovation.*** *3rd Editions. OECD Publications,* 2005, Paris.

PAESANI, Liliana Minardi. **Manual de propriedade intelectual**: direito de autor, direito da propriedade industrial, direitos intelectuais sui generis. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

PORTER, M. E. Competição: estratégias competitivas essenciais. Rio de Janeiro, Campus, 1999.

RAUPP, Fabiano Maury. GESTÃO DO CONHECIMENTO EM INCUBADORAS BRASILEIRAS. XXX ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, [*S. l.*], 2010. Disponível em: http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2010\_TN\_STP\_120\_782\_14765.pdf. Acesso em: 18 abr. 2019

REZENDE, A. As 7 Fontes de Oportunidade para Inovar. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/as-7-fontes-de-oportunidade-para-inovar/>**>. Acesso em: 12 Fev. 2018.**

REZENDE, Yara. Informação para negócios: os novos agentes do conhecimento e a gestão do capital intelectual. [**Scielo**](http://educador.brasilescola.uol.com.br/)**,** 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652002000100008>>. Acesso em: 03 mar. 2018.

SANTOS, J. L. Vantagem competitiva e inovação tecnológica na era da globalização. Disponível em: <<http://tcc.bu.ufsc.br/Economia294002>>. Acesso em: 11 mar. 2018.

SOBRAL, Felipe; PECI, Alketa. **Administração:** teoria e prática no contexto brasileiro. 2. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013.

SORDI, José Osvaldo de. **Administração da informação**: fundamentos e práticas para uma nova gestão do conhecimento. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

SORDI, José Osvaldo de. **Elaboração de pesquisa científica**: seleção, leitura e redação. São Paulo: Saraiva, 2013.

TAKAHASHI, Sérgio; TAKAHASHI, Vania Passarini. **Estratégia de inovação:** oportunidades e negócios. Barueri, SP: Manole, 2011.

TARAPANOFF, KIRA.  Inteligência organizacional e competitiva. Brasília : Editora UnB, 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-19652002000300012&script=sci\_arttext> . Acesso em: 21 Abr. 2018.

UNIEVANGÉLICA (Anápolis, Goiás). UniCIETEC. Apresentação UniCIETEC: UniINCUBADORA e NIT. [*S. l.*: *s. n.*], 22 maio 2019. Disponível em: http://unicietec.unievangelica.edu.br/unicietec/#apresentacao. Acesso em: 28 maio 2019.

VALENTIM, M. L. G. P. et al. O processo de inteligência competitiva em organizações. DataGramaZero, v. 4, n. 3, p. A03-0, 2003. Disponível em: < http://www.brapci.inf.br/index.php/article/view/0000001277/b497a27940c2cba21ddc47cf675a0625/>. Acesso em: 07 Jun. 2018

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 16. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. **Métodos de pesquisa em administração**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2015

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 14.ed. São Paulo: Atlas, 2013.

ZAMBALDE, André Luiz; ANDRADE, Raphael Medina Gomes de; RIBEIRO, Simone Abreu.Incubadoras de empresas, inovação tecnológica e ação governamental: o caso de Santa Rita do Sapucaí (MG). Disponível em:<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\_arttext&pid=S1679-39512005000500010>. Acesso em: 21 mai. 2018.

1. Alexandre Coelho Xavier - Bacharelando no curso de Administração pelo Centro Universitário de Anápolis (UniEVANGÉLICA) –Brasil - Email: [alexandrexavier.adm@outlook.com.br](mailto:alexandrexavier.adm@outlook.com.br)

   2 Professora do curso de Administração do Centro Universitário de Anápolis (UniEVANGÉLICA) – Brasil - Email: [juliana.fiaco@unievangelica.edu.br](mailto:juliana.fiaco@unievangelica.edu.br) [↑](#footnote-ref-2)