

MESTRA – ALUNA

CLAUDIA MARIA NAPOLITANO SANCHEZ MORASCO

TÍTULO DA DISSERTAÇÃO FINAL

“ESTRATÉGIAS DE INOVAÇÃO ABERTA EM EMPRESAS INDUSTRIAIS COM DIFERENTES PERFIS.”

PROFESSOR(A) ORIENTADOR(A)

Profa. Dra. Vera Mariza Henrique de Miranda Costa

DATA DEFESA

31/08/2022

RESUMO

A vantagem competitiva pode ser resultado de diversos fatores como o tamanho da empresa, seu patrimônio, liderança em algum setor. Porém, o cenário está mudando em favor das organizações que embasam sua vantagem competitiva na concepção de inovações, tanto em processo como em produtos e serviços. A inovação era concebida exclusivamente dentro das organizações, mas, com o tempo, esse modelo se desgastou e surgiu o conceito de Inovação Aberta (IA), que permite a entrada e saída de conhecimento pelas fronteiras da empresa. Embora a adoção de IA seja reconhecida como eficaz para a melhoria da gestão da inovação, pesquisas que ajudem os gestores nas decisões a respeito de quando, como adotar e como praticar a IA são escassas em empresas brasileiras. Nesse contexto, a presente Dissertação tem por objetivo geral identificar e classificar as práticas de Inovação Aberta (IA) em empresas industriais com diferentes perfis, localizadas em região do interior do estado de São Paulo e verificar a tendência de adoção dessas práticas. Investigações nessa área irão contribuir para ampliar o conhecimento das práticas de inovação aberta na gestão da inovação das empresas selecionadas, expandindo as estratégias de adoção e, assim, contribuindo para a melhoria do processo inovativo das empresas envolvidas e suas similares. Para o desenvolvimento da pesquisa foi realizada, inicialmente, uma Revisão Narrativa, seguida de Revisão Sistemática da Literatura, para localização de suporte teórico, levantamento das práticas de IA e elaboração do roteiro de entrevistas. A localização e seleção das empresas industriais investigadas foi efetivada em sites de domínio público, respeitando a Lei Geral de Proteção dos Dados. O levantamento de informações junto às empresas foi realizado por meio de entrevistas com 13 profissionais de 7 empresas que aceitaram participar da pesquisa. Dentre os principais resultados pode-se citar que as empresas pesquisadas: não possuem um processo formalizado para a gestão de inovação, embora disponham de profissionais que atuam especificamente nessa função; utilizam estratégias de IA valendo-se de ideias, sugestões, conhecimentos e iniciativas de suas equipes internas, inclusive as que não fazem parte do P&D; fazem parcerias com atores externos, tais como Instituições de Ensino Superior (IES) e fornecedores, sendo os clientes a maior fonte de inovações incrementais. A principal motivação para adoção de IA é o atendimento ao cliente e as principais barreiras são encontrar o parceiro certo, ajustar um contrato para a parceria, considerado equilibrado entre os atores; administrar o tempo e gerir o investimento destinado às pesquisas de inovação.

Palavras-chave: *Inovação. Inovação Aberta (IA). Gestão da inovação. Estratégias de inovação. Práticas de Inovação Aberta..*