

DIRETRIZES PARA A CONSTRUÇÃO DE UM FRAMEWORK CONCEITUAL PARA O PROCESSO DE IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES DO FRONT END DA INOVAÇÃO.

Roberto Fabiano Fernandes¹, Ranieri Roberth Silva de Aguiar¹, Waldoir Valentim Gomes Junior¹, Rodrigo Kraemer², Fabrício Burger², Aline de Brittos Valdati², João Artur de Souza³

1. Doutorando em Engenharia e Gestão do Conhecimento – UFSC; robertofabiano.fernandes@gmail.com

2. Mestrando em Engenharia e Gestão do Conhecimento – UFSC;

3. Professor do Departamento de Engenharia do Conhecimento – UFSC - Orientador

Introdução

A inovação é muito mais que gerar boas ideias, é uma atividade complexa onde há a interação de diversos componentes. Isso é confirmado quando se pesquisa as fases iniciais do processo de inovação. Pouco ainda se sabe sobre como elas são constituídas, quem são os atores, quanto tempo é necessário para executá-las e como é feita a sua gestão. Para suprir a necessidade da clareza do que está envolvido nas fases iniciais do processo de inovação, especificamente, sobre a identificação de oportunidades, buscou-se pesquisar os elementos constituintes de um framework conceitual para o processo de identificação de oportunidades. Esta proposta tem como intento apoiar as atividades iniciais do processo de inovação, também denominado de *Front End* da Inovação. Neste sentido, utilizou-se uma abordagem qualitativa, amparada por buscas sistemáticas da literatura para responder a seguinte pergunta de pesquisa: Como o processo de identificar oportunidades pode ser descrito e representado, a fim de atender o *Front End* da Inovação (FEI)? De forma preliminar, obteve-se como resultado um conjunto de atividades relacionadas ao processo de identificação de oportunidades que servirão como diretrizes para a construção de um framework conceitual.

Resultados e Discussão

Foram realizadas buscas exploratórias e sistemáticas na literatura em três bases de dados *Scopus*, *Proquest* e *Web of Science*, totalizando 1726 artigos, que após passarem por um processo de filtragem e seleção, compuseram um portfólio de 120 artigos analisados. Com o emprego da técnica de análise de conteúdo, os artigos foram averiguados buscando identificar as atividades e outros elementos pertencentes ao processo de identificação de oportunidades. Após, as atividades foram agrupadas e categorizadas. O resultado desse processo de análise é apresentado no Quadro 1.

Quadro 1 – Categorias identificadas na análise dos artigos

Categoria	Autores
Estratégia	Khurana e Rosenthal (1998), Coral, Abreu e Ogliari (2009), Noth (2012)
Busca de Informações	Coral; Abreu; Ogliari (2009), Smith, Matthews e Schenkel (2005, 2009) Fiet; Clouse; Norton (2004)
Seleção	Crawford e Benedetto (2006), Whitney(2007)
Análise e Enriquecimento	Coral; Abreu; Ogliari (2009), Ko (2004), Zilner; Krusche (2012)
Monitoramento	Coral; Abreu; Ogliari (2009), Zilner; Krusche (2012), Tidd; Bessant (2015), Stull; Myer; Scott (2008)

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

A identificação das categorias apresentadas no Quadro1 tem por objetivo facilitar a modelagem do framework. Primeiramente, tem-se a uma visão macro dos resultados da pesquisa. Por conseguinte, também é possível identificar outros aspectos complementares também coletados nas buscas.

Devido ao fato de não se ter uma relação entre as categorias e os termos, necessita-se criar uma ordenação dos mesmos. E essa é uma das atribuições existentes no processo de construção do framework conceitual que será realizada a *posteriori*.

Conclusões

Pretende-se com o levantamento destes aspectos, além de auxiliar na construção do framework conceitual, ampliar a capacidade das organizações em inovar. Acredita-se que isso se dará pelo fato de que a estruturação do processo de identificar oportunidades poderá ser uma forma de absorver o conhecimento novo existente nas organizações, e que, no entanto, ainda está implícito em ações não compartilhadas. Consequentemente, possibilitará às empresas explorar novas descobertas e conhecimentos, que servirão como uma forma para aumentar a performance da organização, além de ser uma fonte de vantagem competitiva, que possibilita a detecção do conhecimento e informações úteis que estão fora da organização, e que posteriormente possam ser internalizadas de forma a atender as suas necessidades específicas e possibilitar benefícios significativos para o processo de inovação (FLATTEN et al., 2011; ZAHRA e GEORGE, 2002).

Palavras-chave

Identificação de Oportunidades; Front End da Inovação; Processo de Inovação.

Referências

FLATTEN, Tessa C. et al. A measure of absorptive capacity: Scale development and validation. *European Management Journal*, v. 29, n. 2, p. 98-116, 2011.

KHURANA, Anil; ROSENTHAL, Stephen R. Towards holistic “front ends” in new product development. *Journal of Product Innovation Management*, v. 15, n. 1, p. 57-74, 1998.

KOEN, A. P.; KLEINSCHMIDT, E. J. Opportunity recognition, idea selection or concept definition: which one is most important to the corporate entrepreneur. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 2007.

KOEN, P. A.; BERTELS, H. M.J.; KLEINSCHMIDT, E. J. Managing the Front End of Innovation-Part II: Results from a Three-Year Study: Effective Front-End activities were found to be significantly different for incremental and radical projects. *Research-Technology Management*. V. 57, n.3, p. 25-35, 2014.

ZAHRA, Shaker A.; GEORGE, Gerard. Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension. *Academy of management review*, v. 27, n. 2, p. 185-203, 2002.