



Universidade de Brasília
Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade
Departamento de Administração

João Pedro de Souza Lopes

**Mapeamento de estudos sobre a inovação em serviços
Públicos, por meio de parcerias (Cocriação)**

Brasília – DF

2022

João Pedro de Souza Lopes

**Mapeamento de estudos sobre a inovação em serviços
Públicos, por meio de parcerias (Cocriação)**

Monografia apresentada ao Departamento de Administração como requisito parcial à
obtenção do título de Bacharel em Administração.

Professora Orientadora: Professora MsC. Olinda Maria Gomes Lesses

Professor Examinador: Prof. Roque Magno de Oliveira

Professor Examinador: Prof. Ms. Marcos Alberto Dantas

Brasília – DF

2022

Agradecimentos

Agradeço à Professora Olinda, Por todo o empenho colocado na realização deste trabalho final, assim como todo o carinho e dedicação que teve comigo durante todo o curso. Sem os esforços da senhora, para auxiliar os alunos do departamento seria muito mais difícil chegar até aqui.

Agradeço à minha mãe, Lisia, por ser um exemplo diário na minha vida. Uma mulher forte, batalhadora, inteligente e capaz, que fez e ainda faz tudo, e mais um pouco, para me auxiliar e me criar. Sou extremamente grato a nossa relação e ao seu esforço para me educar e possibilitar que eu e meus irmãos corrêssemos atrás de nossos sonhos. Estes que também deixo minha gratidão, Rodrigo e Gustavo, estamos juntos para todos os desafios que vierem, obrigado por sempre estarem aqui.

Muito obrigado, Vó Eda e Vô Thomas, por todo o auxílio, apoio, conversas e até pelas broncas durante a graduação. Sem a inspiração, o amor e o carinho de vocês, seria impossível.

Ao meu avô Laet, deixo minha gratidão por todos os ensinamentos e por fazer questão de saber como estavam meus estudos, sempre ressaltando a importância de estudar. À minha avó Isolina, deixo meu muito obrigado em nome do amor, da simplicidade e do perdão que a senhora sempre pregou em vida e continua emanando lá de cima, saudades eternas.

Agradeço à minha namorada, Letícia, por ter sido tão parceira e me dado tanto suporte durante toda a minha graduação. Desde as caronas pra casa quando ainda éramos apenas amigos, até o suporte durante o momento de entrega e apresentação deste trabalho de conclusão. Te amo e sou muito grato pelo meu caminho ter cruzado com o seu nesta vida!

A todos meus amigos, vocês contribuíram demais com a minha formação, deixando os dias mais leves e dando todo o suporte em momento difíceis.

Ao meu Pai, Cláudio, e minha madrasta, Renata, também deixo minha gratidão por todo o amor de vocês. E muito obrigado por terem trazido meu afilhado, Victor, ao mundo. Espero que um dia eu possa auxiliá-lo em um momento engrandecedor como esse.

E por fim, meu mais sincero obrigado à Universidade de Brasília, por ter sido minha segunda casa durante todos esses anos. As experiências extra classe que este lugar proporcionou, me auxiliou para além da graduação, me tornando um ser humano melhor e uma pessoa melhor. Obrigado a todos que cruzaram meu caminho nessa etapa da vida.

Resumo

A inovação não é um fenômeno novo, entretanto, nos últimos anos, seu papel nas mudanças econômicas e sociais cresceu consideravelmente. A inovação em serviço, ocorre, tanto tecnologicamente, como com a criação de novo conhecimento ou informação. Em razão da importância do tema inovação em serviço, torna-se relevante mapear os estudos nesta área. Sendo assim, com o objetivo de identificar o conhecimento construído e produzido sobre o tema inovação em serviço no Setor Público, desenvolvida por meio de parcerias e utilização de tecnologias, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, em bases de dados científicas brasileiras e internacionais, utilizando palavras-chave, no período de 2010 a 2021. Após análises e mapeamento dos estudos, identificou-se que o processo de inovação, para chegar a um processo de cocriação, necessita de compartilhamento de valores sociais e envolvimento das partes interna e externa a organização.

Palavras Chave: Inovação em Serviços, Parcerias, Cocriação, Estado da Arte, Inovação no Setor Público.

Keywords: Services Innovation, Partnerships, Co-creation, State of the Art, Public Sector Innovation.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	6
1.1	Formulação do Problema	7
1.2	Objetivo Geral	8
1.3	Objetivos Específicos	8
1.4	Justificativa	8
2	REFERENCIAL TEÓRICO	10
2.1	Inovação	10
2.2	Inovação em Serviços	11
2.3	Inovação no Setor Público	12
2.4	Parcerias na Inovação do Setor Público	12
3	MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA	14
3.1	Tipo e Descrição Geral de Pesquisa	14
3.2	Caracterização da Area de Estudo	14
3.3	População e Amostra	14
3.4	Procedimento de Coletas e Análise de Dados	15
3.5	Mapeamento De Estudos Sobre A Inovação Em Serviços Públicos, Por Meio De Parcerias (Cocriação)	15
4	DISCUSSÃO.....	22
4.1	Conversa com os Autores	22
4.1.1	Artigos Internacionais	22
4.1.2	Artigos Nacionais	26
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	37
	REFERÊNCIAS	40

1 INTRODUÇÃO

A inovação não é um fenômeno novo, entretanto, nos últimos anos, seu papel nas mudanças econômicas e sociais cresceu consideravelmente. Esse fenômeno, na visão de Pavitt (1984) é “o produto ou processo produtivo novo ou melhor, usado ou comercializado com sucesso por uma organização, sendo sua produção, adoção e difusão, principalmente tecnológica, essenciais para o desenvolvimento econômico e mudanças sociais”.

Assim, a inovação é um fator de desenvolvimento econômico e melhorias sociais, sendo considerada uma alavanca para o aumento de produtividade (OECD, 2013). Os conceitos de inovação têm evoluído ao longo do tempo, deslocando-se de uma visão, puramente tecnológica para a utilização do conhecimento sobre novas formas de produzir e comercializar bens e serviços.

Por outro lado, a economia está em transição, orientando-se não só para produtos, mas, também, para soluções, criando valor por meio de tecnologias e conhecimentos (Ettlie & Rosenthal, 2011; Lusch & Nambisam, 2015; Papadopoulos, Thanasopon & Vidgen, 2016; Booyens & Rogerson, 2016). Isso torna a inovação em serviço essencial para que essa lógica, através do crescimento econômico, melhore a sociedade (D’Alvano & Hidalgo, 2014; Baregheh, Rowley & Sambrook, 2011; Fombelle, Gustafsson, Kristensson, Snyder & Witell, 2016; Antonucci, Fedele & Formisano, 2016; Feimi, Kume & Pulaj, 2016).

A inovação em serviços pode ser definida como a introdução de novas ideias que promovam a resolução de problemas, sem necessariamente envolver o fornecimento de um bem. Com essas novas ideias, são promovidas melhorias dos serviços, entregando, assim, maiores benefícios ao consumidor (Gallouj, Rubalcaba, Stare e Weber, 2015). A inovação em serviço, para Gallouj et al (2015), ocorre, tanto tecnologicamente, como com a criação de novo conhecimento ou informação.

Dados divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística em 2021 (<https://economia.uol.com.br/noticias/reuters/2021/08/12/>) mostram que o setor de serviços do Brasil “registrou ganhos em junho pelo terceiro mês seguido e bem acima do esperado, encerrando o segundo trimestre 2,4% acima do patamar pré-pandemia e no maior nível em cinco anos”. Dados como esses demonstram a importância de estudos sobre inovação em serviço, a qual Gallouj e Weinstein

(1997) ressaltam ser a que promove melhorias dos serviços, entregando maiores benefícios ao consumidor.

Por outro lado, considerando extremamente importante que as organizações reúnam diversos atores e promovam interações e cooperações para inovar seus serviços, impulsionando o desenvolvimento econômico e social, justifica-se a realização deste estudo.

Em razão da importância do tema inovação em serviço, torna-se relevante mapear os estudos nesta área. Partindo de que o conhecimento de determinada área de estudo pode ser identificado por meio do levantamento e análise de suas publicações científicas, a questão que surge é qual o perfil e a evolução do campo de estudos na área inovação em serviço no Setor Público, desenvolvida por meio de parcerias e utilização de tecnologias.

1.1 Formulação do problema

No sentido de responder à questão: qual o perfil e a evolução do campo de estudos na área inovação em serviço no Setor Público, desenvolvida por meio de parcerias e utilização de tecnologias, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, em bases de dados científicas brasileiras e internacionais, utilizando palavras-chave. Esta pesquisa possibilita identificar o estado da arte dos estudos sobre inovação em serviço público por meio de parcerias tecnológicas (público/privada), visando a criação de produto, serviço ou processo que resulte em melhores resultados (cocriação).

Essa escolha é sustentada e movida pelo desafio de identificar o conhecimento construído e produzido sobre o tema, aqui em estudo, para sugerir uma agenda futura de pesquisa.

1.2 Objetivo Geral

O presente trabalho, tem como objetivo geral, identificar estudos brasileiros e internacionais sobre a inovação em serviços, por meio de parcerias, em bases de dados científicos no período de 2010 a 2021.

1.3 Objetivos Específicos

Para obter o objetivo geral, destacam-se os seguintes objetivos específicos:

- Fazer levantamento de periódicos nacionais e internacionais com publicação na temática Inovação em serviços e parcerias público-privada, publicados no período entre Jan/2010 a Mar/2021.
- Utilizar bases de dados nas áreas de Administração, Economia, Engenharia e Computação, como Spell e periódicos Capes, e na internacional Scielo e EBSCO,
- Aplicar, nas bases de dados utilizadas, palavras-chave, vinculadas a inovação em serviços, por meio de parcerias.
- Selecionar para o estudo os periódicos nacionais e internacionais, utilizando filtros como: classificação Qualis (Capes) acima de B3 e fator de impacto JCR acima de 1.
- Realizar análises bibliométrica e de cocitação delimitando o período de estudo nos 11 anos, acima definidos.

1.4 Justificativa

A relevância teórica deste trabalho refere-se, inicialmente, ao estudo da relação entre inovação em serviços públicos e parcerias tecnológicas (público/privada), campo de estudo ainda pouco explorado. Enfatizando-se a importância do estudo em inovação em serviço voltada para o setor público e a relevância do papel das parcerias, por meio de tecnologias, no sentido de oferecer

uma melhor combinação entre serviços e inovação em serviços e experiências nos serviços públicos.

Além disso, realizar o Estado da Arte sobre inovação em serviços públicos por meio de parcerias tecnológicas é estratégico. Primeiro, pela relevância que vêm adquirindo as pesquisas denominadas estado da arte ou estado do conhecimento, de caráter bibliográfico, por propiciarem o mapeamento de produção acadêmica, identificando aspectos e dimensões de estudos em diferentes períodos, permitindo aprofundar áreas de pesquisa e identificar tendências da produção acadêmica e científica sobre o tema a investigar. Ressalta-se, aqui, a importância desse tema, inovação em serviço público, com o foco voltado para a formação de parcerias entre diferentes organizações do setor público. Por outro lado, este trabalho se propõe a identificar estudos brasileiros e internacionais e suas tendências sobre inovação em serviço público por meio de parcerias tecnológicas, que possibilitam a criação de produto, serviço ou processo, os quais resultem em melhores resultados (cocriação) aos serviços prestados pela Administração Pública, à sociedade.

Por outro lado, considerando Gallouj e Weinstein (1997), que afirmam ser a inovação em serviços aquela que promove melhorias em serviços e entrega benefícios ao consumidor, ressalta a importância desse tema, com o foco voltado para a formação de parcerias entre diferentes organizações do setor público. Além disso, esse autor afirma ser necessário aprofundar e desenvolver mais esse tema.

Nessa linha de pensamento, este trabalho se propõe a identificar estudos brasileiros e internacionais e suas tendências sobre inovação em serviço público, por meio de parcerias tecnológicas, buscando informações que possam reforçar o desenvolvimento de serviços que resultem em melhores resultados (cocriação) aos serviços prestados pela Administração Pública à sociedade.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo trata da revisão da literatura relacionada à fundamentação teórica sobre inovação em serviços e parcerias, por meio da definição dos conceitos Inovação, Inovação em Serviço e Parceria, e a apresentação dos Estado da arte sobre essa temática.

2.1 Inovação

De acordo com a Organização para Cooperação Econômica e Desenvolvimento – OCDE, registrada no Manual de Oslo, inovação é “a implementação de um produto (bens ou serviços) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócio, na organização do local de trabalho ou nas relações externas” (OCDE, 2005, p. 55). Esse conceito parte da conceituação de Schumpeter (1982), para quem, inovar significa realizar novas combinações de meios produtivos, produzindo novas mercadorias, ou as mesmas mercadorias de maneira mais eficiente ou, ainda, acessar novos mercados. De acordo com a Teoria do Desenvolvimento Econômico de Schumpeter (1982), distinguem-se os conceitos de invenção e inovação. A invenção, refere-se à criação de um artefato que pode ou não deter relevância econômico e a invenção só se torna inovação quando explorada economicamente, permitindo a obtenção de maiores lucros.

Quadro 1 - Tipos de inovação de acordo com Schumpeter (1982)

TIPO	DESCRIÇÃO
Inovação de Produto	Introdução de um novo bem (material ou serviço e/ou de uma nova qualidade do bem) ainda não familiar aos consumidores.
Inovação de processo	Introdução de um novo método ou processo de produção, que ainda não foi testado ou experimentado por nenhuma outra organização.
Inovação de mercado	Desenvolvimento ou criação de novo mercado, em que o produto de determinada indústria não tivera acesso antes.

Inovação de acesso a matérias primas ou a produtos semimanufaturados	Domínio ou usufruto de nova fonte de oferta de matérias-primas ou de bens semimanufaturados, independentemente do fato se essa fonte era existente ou estabelecida previamente.
Inovação de indústria	Reorganização de uma indústria, com a decorrente trustificação ou ruptura de uma posição de monopólio.

Fonte: Elaborado com base em Schumpeter (1982)

2.2 Inovação em serviço

Gadrey (2000), define serviço como:

Uma operação visando a transformação de uma realidade C, na posse ou utilizada por um cliente B e, realizada por um prestador A, a pedido de B e muitas vezes em interação com este, mas não confinada a um produto final susceptível de circular economicamente independente do suporte de C.

Esse autor, entre outros, ainda, enfatiza que é importante considerar a participação do cliente na produção e na prestação dos serviços. O serviço tem característica multidimensional, além de toda uma complexidade advinda de particularidades como ser intangível, heterogêneo, inseparável, as quais, segundo Lenhari, et al (2013) vão dar origem “às abordagens teóricas sobre inovação em serviços: abordagem tecnicista, abordagem orientada pelos serviços e a abordagem integradora”.

De acordo com Gallouj e Sundbo (1998), inovação em serviço é toda mudança que afeta um ou mais termos das características, técnicas, de serviço, ou de competência, sendo compreendida como um processo. Esses autores, a definem, também, como:

Um novo produto, um novo procedimento para produzir ou entregar serviço ou a introdução de novas tecnologias, sendo constituídas por ajustes em processos com predominância de características incrementais, o que reduz seu tempo de desenvolvimento (GALLOUJ; SUNDBO, 1998).

De acordo com a OCDE (2005) na inovação em serviço as atividades a ela relacionadas tendem a ser um processo contínuo, consistindo em uma série de mudanças incrementais em produtos e processos.

2.3 Inovação no Setor Público

O setor público é aquele responsável por dotar serviços para cidadãos e empresas e a inovação consegue sustentar o alcance de maiores resultados por meio de novos modos de resolução de problemas (BRANDÃO; FARIA, 2013). A eficiência do setor público de um país e uma prestação de serviços públicos de boa qualidade são vitais para alcançar operações mais transparentes, podendo resultar em maior satisfação dos usuários com os serviços oferecidos e em maior nível de confiança no setor público (VIGODA-GADOT, 2008).

Uma das justificativas para promover a inovação em serviço no setor público é a responsabilidade que esse setor tem sobre a definição das políticas de fomento à inovação no setor privado. Do ponto de vista social, um setor público inovador que oferece produtos e serviços de boa qualidade (facilidade de uso, acesso, oportunidade) pode garantir uma relação mais eficaz com os cidadãos (BRANDÃO; FARIA, 2013).

Avlonitis, Papastathopoulou e Gounaris (2001) afirmam que a introdução de inovações no setor público pode induzir oportunidades relevantes para: crescimento econômico, bem-estar social e atração de investimentos.

2.4 Parcerias na inovação do setor público

A parceria ou coprodução são formas de inovação colaborativa que se propõem a incentivar "novas maneiras de criar e fornecer serviços públicos" (Agger e Lund 2017, p. 17).

Na visão de Jukic et al (2019) a cocriação e a coprodução pressupõem a inserção de atores externos (cidadãos, organizações do terceiro setor e/ou empresas privadas), implicando em uma contribuição ativa e substancial para gerar valor. Esses conceitos redefinem o papel do setor público, como uma organização cujo papel inovador vai de um único funcionário, e parte para um entendimento coletivo maior (Jukic et al, 2019).

Para criar um processo interno de inovação que possa trazer melhorias na performance geral organizacional, cada vez mais, é primordial nas áreas de

Pesquisa e Desenvolvimento das organizações que se identifique, se conecte e que se possa alavancar fontes externas para criar um processo interno de inovação, para trazer melhorias na performance geral organizacional (Tuomi, 2003).

Para Tuomi (2003) a criação de uma rede de contatos com pessoas em áreas de conhecimento diversas, com diversas competências e habilidades, e com diferentes formações profissionais, pode colocar organizações um passo à frente de outras que consistem em ter departamentos de inovação com pesquisadores isolados.

Fuller, Hutter e Faullant (2011) destacam que o uso da ideia online e concursos de design podem ajudar as organizações a acessar novas ideias. Pessoas inovadoras e qualificadas, podem ser atingidas e, assim, são capazes de pensar de forma criativa para desenvolver novos designs, trazendo contribuições valiosas para o processo inovador de uma organização.

3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

3.1 Tipo e descrição geral da pesquisa

Este trabalho propôs-se a realizar um mapeamento de estudos brasileiros e internacionais, sobre o tema inovação em serviço público por meio de parcerias tecnológicas (público/privada), possibilitando a criação de produto, serviço ou processo que resulte em melhores resultados (cocriação). Esta pesquisa foi desenvolvida em periódicos brasileiros e internacionais, publicados entre jan/2010 a mar/2021, atendendo a determinados critérios, como fatores de impacto dos periódicos, frequência de publicações, palavras-chave e abordagens metodológicas mais frequentes. Se caracterizando assim, uma pesquisa qualitativa, descritiva e bibliográfica.

3.2 Caracterização da área de estudo

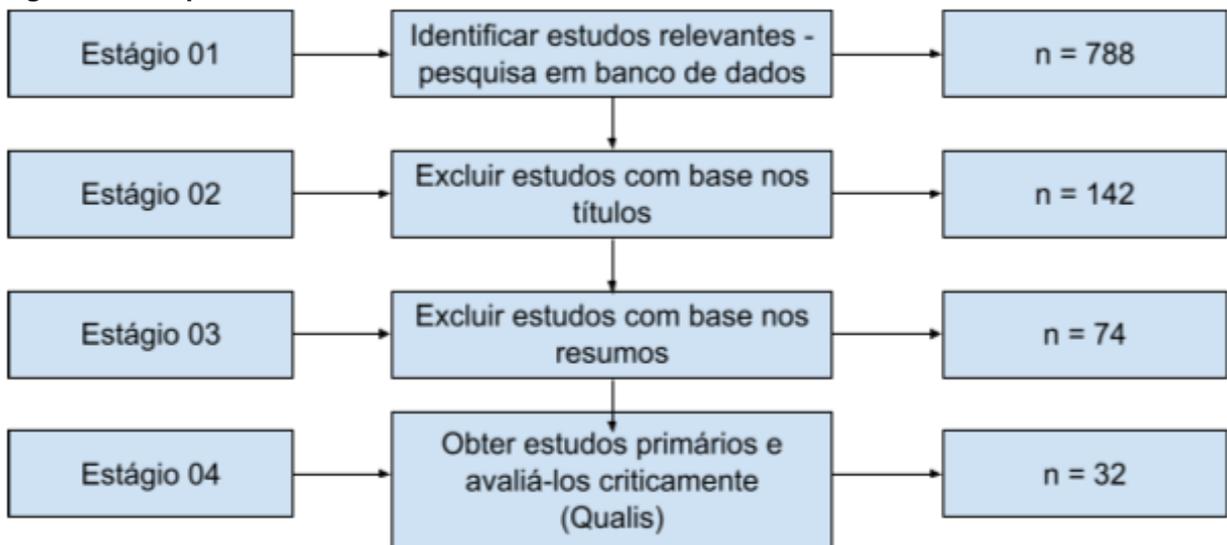
Como critério de busca as palavras-chave “inovação em serviço” ou “inovação em serviços” em conjunto com a palavra “tecnologia” e “cocriação”, utilizando o operador “e”, sendo utilizados, também, os mesmos termos em inglês “*technology innovation*” em conjunto com as palavras “*services*” e “*co-creation*” utilizando o operador “*and*”.

3.3 População e amostra

Os artigos selecionados estão relacionados a inovações em serviços ligados ao uso de tecnologias, nas áreas de Administração, Economia, Engenharia e Computação, obtendo-se, com os critérios de busca aplicados, um resultado de 788 trabalhos. A partir desse resultado, foram selecionados apenas os artigos com títulos relacionados ao assunto objeto da pesquisa, restando 142 artigos, conforme exposto na figura 01. Em seguida, com base na leitura dos resumos desses artigos, foram

selecionados 74 publicados em periódicos nacionais e internacionais, os quais foram analisados quanto a classificação Qualis (Capes) – acima de B3 e nos periódicos internacionais com fator de impacto JCR acima de 1, resultando um total de 32 artigos, 23 de origem brasileira e 9 internacionais.

Figura 01 - Etapas do Levantamento



Fonte: Adaptada de Dybå e Dingsøyr (2008).

3.4 Procedimentos de coleta e de análise de dados

Na pesquisa em periódicos brasileiros foram utilizadas bases de dados como Spell e periódicos Capes, e na internacional as bases Scielo e EBSCO. Após o levantamento dos artigos selecionados, foi realizada uma análise dos periódicos e do ano de lançamento, um levantamento das abordagens utilizadas e da classificação dos artigos. Para finalizar foi realizada uma nuvem de palavras, com as palavras de destaque dos resumos dos artigos.

3.5 Mapeamento de Estudos e Tendências sobre Inovação em Serviço Público por meio de Parcerias Tecnológicas (público/privada)

A análise bibliométrica mostrou resultados apresentados na Tabela 1 (artigos brasileiros) e Tabela 2 (artigos internacionais), em que são explicitadas informações

relativas aos periódicos, classificação Qualis-Capes, fator de impacto JCR e ano de publicação dos estudos.

Tabela 01 - Periódicos Brasileiros Selecionados

Revista	Qualis	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Total
Revista de Administração Contemporânea	A2								1					1
REGE - Revista de Gestão	B1							1		1				2
Revista Brasileira de Gestão Urbana	B1										1			1
Revista Pensamento Contemporâneo em Administração	B2									1				1
Revista de Negócios	B2									1				1
Revista Gestão & Tecnologia	B2							1						1
Revista de Administração da UFSM	B1						1							1
Cadernos Ebape.BR	A2										2			2
Cadernos Gestão Pública e Cidadania	B2							1						1
RAUSP-E - Revista de Administração - Eletrônica	A2		1											1
Revista Gestão Universitária na América Latina	B2						1							1
Brazilian Business Review	A2											1		1
GeP - Revista de Gestão e Projetos	B2		1											1
Innovation and Management Review	B1							1						1
Brazilian Administration Review	A2								1					1

Cross Cultural Management	A2			1										1
RAE. Revista de Administração de Empresas	A2				1									1
Revista de Administração FACES Journal	B2								1					1
Perspectivas em Gestão & Conhecimento	B3								1					1
Revista Inovação, Projetos e Tecnologias - IPTEC	B3										1			1
Revista Gestão e Produção	B1									1				1
Total			2	2	1		2	4	2	5	4	1	1	23

Fonte: Elaborada pelo autor (2021).

Observa-se na Tabela 1 que, dentro dos critérios utilizados, em 2010 e 2014 não foram encontrados estudos sobre o tema. Os 23 artigos identificados estão distribuídos entre 22 periódicos, sendo que dois publicaram mais de um artigo sobre a temática pesquisada. Destaca-se que a REGE - Revista de Gestão e Cadernos Ebape.BR, apresentaram dois trabalhos cada. Verificou-se, ainda, que dos 23 artigos analisados, sete foram publicados em revistas A2; seis em B1; sete em B2; e dois em B3. Em relação ao número de artigos publicados por ano, destaca-se, entre os 23 artigos selecionados, a concentração de 9 artigos publicados nos anos de 2018 e 2019.

Tabela 02 - Periódicos Internacionais Selecionados

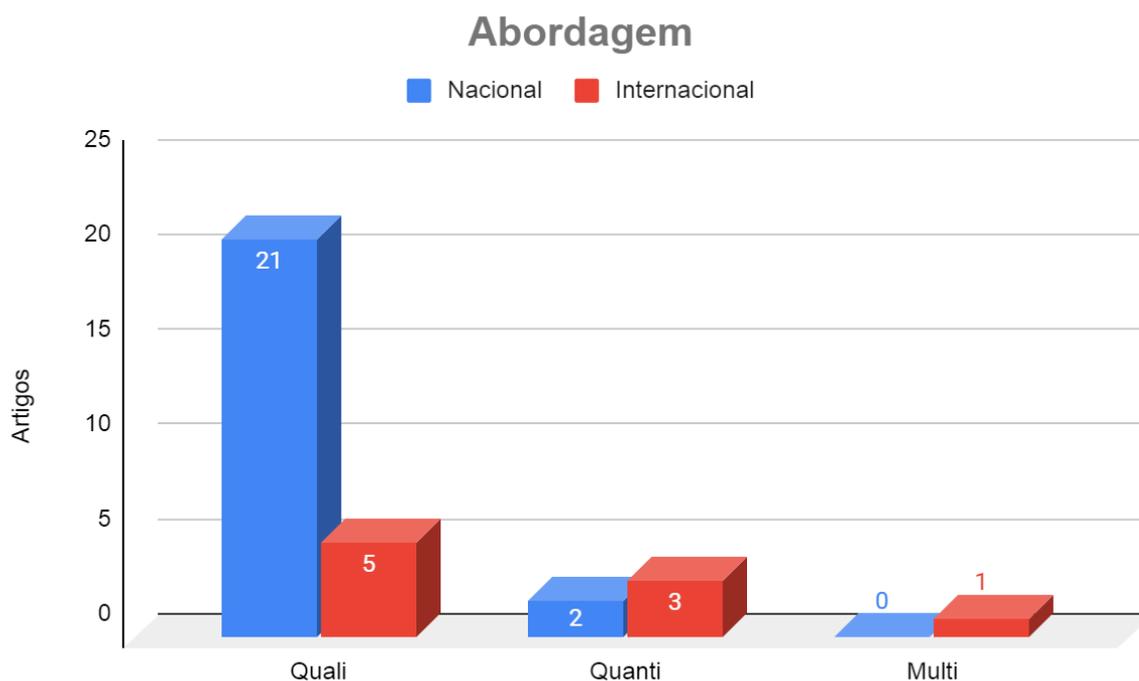
Revista	J C R	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Total
R&D Management	2.908		1											1
Journal of Service Management Research	N-E										1			1
The Service	3.258							1						1

Industries Journal													
Science and Public Policy	2.114		1										1
Journal of Management Information Systems	5.339								1				1
Information Systems Research	5.634				1								1
Behaviour & Information Technology	2.102						1						1
Administrative Sciences	1.988									1			1
Science and Engineering Ethics	2.725							1					1
Total			1	1		1		2	1	1	2		9

Fonte: Elaborada pelo autor (2021).

Na Tabela 2, acima, observa-se que em 2010, 2013, 2015, 2020 e 2021 não foram encontrados, dentro dos critérios e bases utilizados, estudos publicados. Os 9 artigos identificados estão distribuídos entre 9 periódicos, todos com uma publicação. Em relação ao fator de impacto JCR, as revistas com melhor pontuação foram *Information Systems Research* e *Journal of Management Information Systems*, com JCR acima de 5. Acerca do número de artigos publicados por ano, destacam-se os anos de 2016 e 2019, com duas publicações respectivamente. Quanto às abordagens utilizadas nos artigos, verificou-se a preponderância de trabalhos qualitativos, tanto nos artigos brasileiros, quanto nos internacionais, como representado no Figura 2, totalizando 26 abordagens qualitativas, 1 quali-quantitativa e 6 quantitativas.

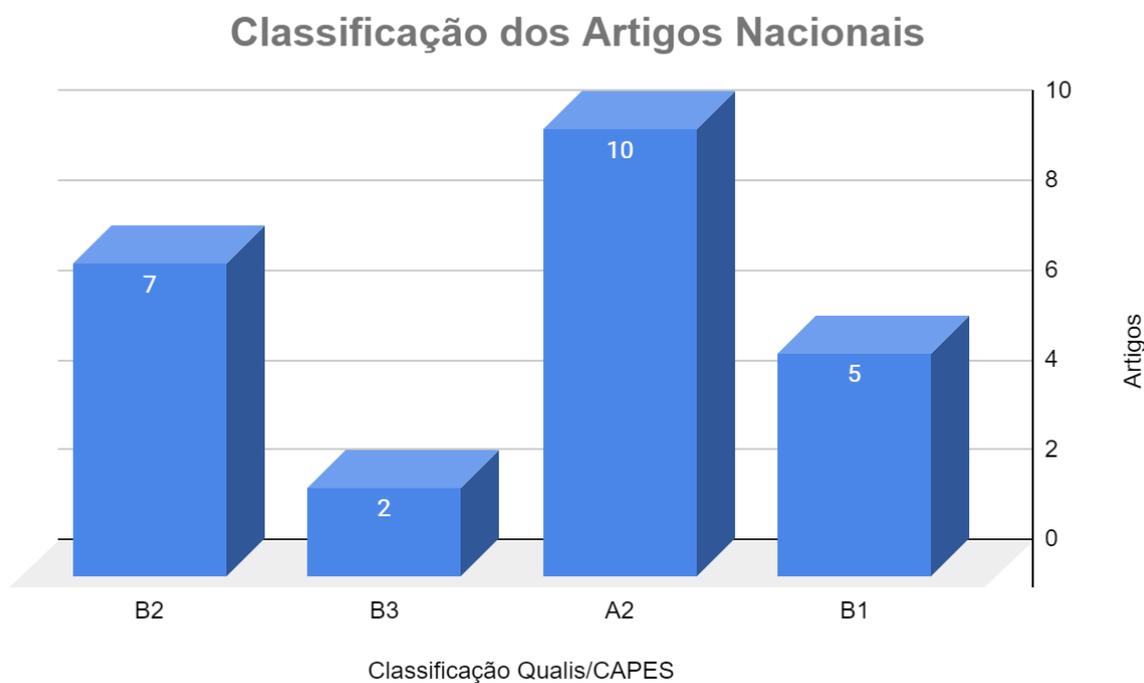
Figura 02 - Abordagem



Fonte: Elaborado pelo autor (2021).

Em relação à classificação realizada pela CAPES, verificou-se o predomínio de trabalhos publicados em periódicos A2, somando 10 artigos, seguido por 7 trabalhos B2, 5 B1 e apenas 2 em periódicos avaliados como B3.

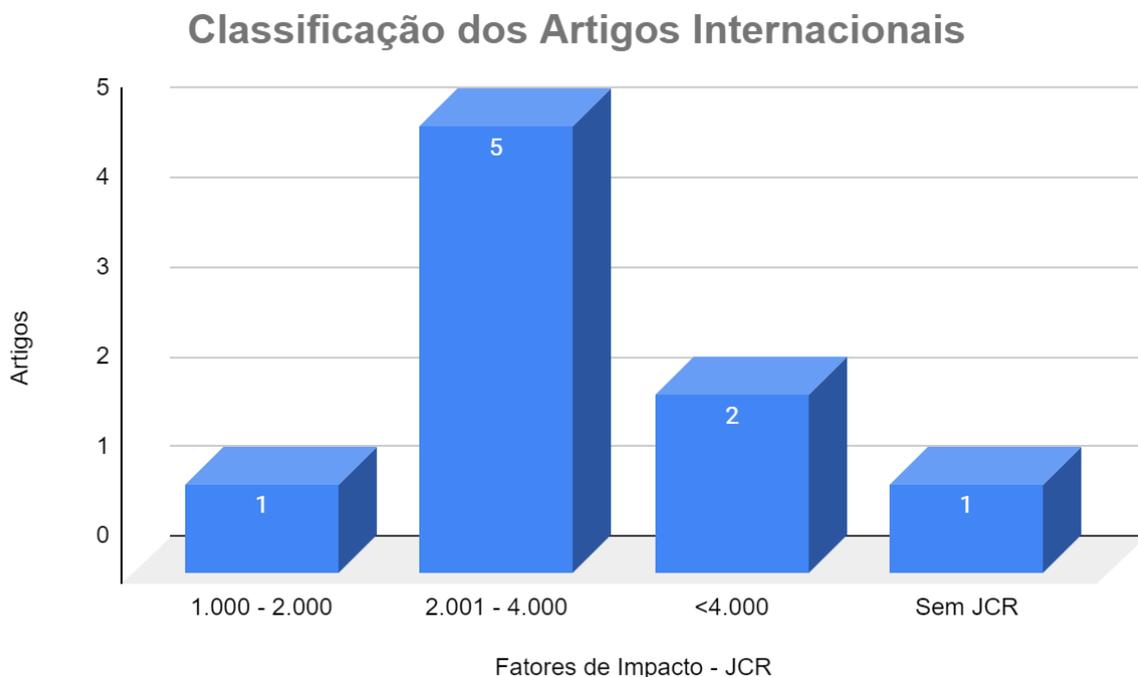
Figura 03 - Classificação dos Artigos Nacionais



Fonte: Elaborado pelo autor (2021).

No que diz respeito aos artigos internacionais, a forma utilizada para selecioná-los foi fator de impacto dos periódicos, obtido a partir do *Journal Citation Reports* (JCR), estando a maioria dos artigos selecionados em periódicos classificados com JCR entre 2.000 e 4.000, totalizando 5 trabalhos, seguido por 2 trabalhos em periódico com JCR superior a 4.000, tendo, ainda, 1 artigo com JCR entre 1.000 e 2000 e por fim, um artigo selecionado em um periódico novo, ainda sem a medição de seu fator de impacto.

Figura 04 - Fator de Impacto dos periódicos internacionais



Fonte: Elaborado pelo autor (2021).

Após a realização da análise bibliométrica, foi construída nuvem de palavras, utilizando o sítio <<http://www.aredo.inf.br/crie-a-sua-nuvem-de-palavras>>.

Na nuvem dos termos retirados dos resumos das publicações nacionais, identificou-se maior concentração nos termos inovação, serviços, setor público, empresas e produtos. Já nos resumos dos trabalhos internacionais, a concentração aparece nos termos *innovation*, *public sector*, *service*, *cocriation* e *research*. Destaca-se, ainda, que em menor número de ocorrências e recorrências apareceram os termos: processo, modelos e desenvolvimento, nos trabalhos nacionais e *technology*, *information* e *platforms*, nos artigos internacionais, como pode ser observado nas Figuras 5 e 6.

4 DISCUSSÃO

Para a discussão acerca dos artigos, o presente trabalho realizou uma breve conversa entre os autores.

4.1 Conversa Entre os Autores

4.1.1 Artigos Internacionais

O estudo de Fuller et al. (2011), sobre a temática da importância da experiência da co-criação, define a estratégia das competições de design virtual como um novo meio de processo de inovação e fortalecimento das empresas. O concurso de design de jóias *Enlightenedt*, explorado pelos autores, demonstra o potencial das plataformas virtuais de cocriação, destacando a importância da experiência de co-criação e seu impacto na quantidade e qualidade dos projetos apresentados. Os resultados desse estudo, que adotou abordagem qualitativa e quantitativa, mostraram que o uso de ideias online e competições de design podem ajudar as organizações a acessar novas ideias no segmento de design. Afirmam os autores que, pessoas com as qualificações necessárias acessadas pelas empresas são capazes de pensar de maneira criativa, criando novos designs, gerando contribuições valiosas para um processo de inovação da empresa.

Em uma pesquisa bibliométrica, com abordagem qualitativa, sobre o papel da tecnologia da informação (TI) na inovação, Zhang et al. (2016) analisaram a relação entre o desenvolvimento da pesquisa de inovação e tecnologia da informação (TI). Os autores identificaram que a maioria dos estudos trata a TI como um facilitador para a inovação. Embora, à medida que as tecnologias digitais são incorporadas a mais e mais produtos e serviços, pesquisadores levantaram preocupações com a inovação digital. Nesse estudo, mesmo sendo identificado uma ampla difusão da tecnologia da informação (TI) em nosso dia a dia e no trabalho, os autores afirmam que inovação de produto e inovação de serviço possuem, cada vez mais, conexão com TI. O estudo apresentou, também, uma agenda com questões a serem

pesquisadas futuramente, pois entendem ser importante detalhar as diferenças explícitas entre um facilitador e um gatilho como mecanismo de inovação.

A pesquisa desenvolvida por Knockaert et al. (2012) acerca da necessidade de inovação serviços de suporte em empresas de base tecnológica, com o foco no impacto da comercialização estratégica, identificou que, normalmente, empresas de bases tecnológicas tem habilidades técnicas superiores mas são menos competente na área de desenvolvimento de negócios. Dessa forma, segundo os autores, o objetivo do estudo foi avaliar diretamente a necessidade e a experiência desse tipo de empresa para serviços de apoio à inovação e seus determinantes. Além disso, tais organizações buscam estratégias que visam abordar a colaboração potencial e parceiros de comercialização, uma vez que a tecnologia é suficientemente forte. As análises do estudo, utilizando abordagem quantitativa, indicaram que as empresas desse segmento, seguindo uma estratégia de tecnologia, agregam mais importância a serviços relacionados a tecnologia, sem referirem-se a geração de problemas sobre a acessibilidade desses serviços. Isso forneceu uma primeira indicação da causa de não serem encontrados resultados significativos para a hipótese, as empresas que operam em um mercado de tecnologia, que apresentam uma maior necessidade de serviços relacionados à própria tecnologia.

Utilizando um caso prático, relacionado ao desenvolvimento automatizado de veículos, Flipse e Puylaert (2017) avaliaram as pressões sociais e políticas para a inovação responsável. Os autores partiram do pressuposto que, cada vez mais, espera-se que os inovadores considerem o contexto sócio-ético mais amplo de seu trabalho, de forma a organizar um desenvolvimento colaborativo de requisitos de design tecnológico, usando um diálogo construtivo sobre perfis de valor. O objetivo foi ajudar no trabalho de identificação de valores sociais e envolver as partes interessadas externas em seu processo de inovação para chegar a um processo de co-criação para os requisitos de design de novas tecnologias. O estudo, em si, procurou demonstrar a funcionalidade do método desenvolvido, ou seja, uma combinação dos processos de especificação de valor em Value Sensitive Design, a estruturação da comunicação de Midstream Modulation, e o uso combinado de expertise contributiva de forma interativa, envolvendo especialistas em uma oficina de design. Os resultados da pesquisa demonstraram que existem diferenças tanto entre os grupos, como dentro dos grupos. O alto desvio padrão dentro dos grupos não era inicialmente esperado, mas pode ser explicado já que as pessoas dentro de

um grupo, possuem ou diferentes interpretações dos valores identificados, ou apenas opiniões diferentes sobre esses valores e sua importância.

Lehrer et al. (2018) relatam um estudo de caso múltiplo, exploratório múltiplo de quatro organizações, localizadas na Suíça, Áustria e Alemanha, dos setores de seguros, bancos, telecomunicações e comércio eletrônico. Essas empresas implementaram tecnologias analíticas de big data (BDA) para fornecer atendimento individualizado aos seus clientes. Com base nas análises desses casos, foi desenvolvido um modelo teórico. O estudo teve como objetivos principais: (1) desenvolver uma descrição empírica de como o BDA tem sido usado para desenvolver inovação de serviço, (2) identificar os recursos materiais do BDA que facilitam a implementação de inovação de serviço, e (3) integrar essas descobertas em um modelo teórico, empiricamente fundamentado, de inovação de serviço habilitada para BDA. Como resultado principal, os autores apresentaram que soluções do tipo BDA têm potencial para inovação em serviço, identificando os fatores que são pertinentes à criação de novas proposições de valor. Duas funções principais do BDA foram identificadas no contexto de inovação de serviço. A primeira diz respeito à possibilidade de automação da prestação de serviços sensíveis ao cliente, e a segunda relaciona-se às práticas de serviço sensíveis ao cliente com uso humano, destacando como essas são fundamentadas com a aplicação de solução de BDA. Concluem, ainda, os autores que juntos, esses dois tipos de inovação de serviço, permitem que as organizações reformulem suas propostas de valor.

No contexto do impacto positivo da inovação para os negócios, marcas e clientes, Xu et al. (2014) estudaram os efeitos da inovação de serviços de tecnologia da informação e comunicação (TIC), além de estratégias complementares de valor da marca e fidelidade do cliente, em um mercado consumidor de tecnologia. Para propor um modelo que inclua novos construtos, os autores realizaram uma pesquisa sobre valor da marca, fidelidade do cliente, gestão da inovação em TIC e complementaridade estratégica. Xu et al. (2014) concentram-se nas estratégias adotadas pelos provedores de serviço de TIC para desenvolver e entregar novos serviços ao mercado consumidor. Os resultados mostraram que a liderança de serviço e customização-controle de personalização têm impactos, diretos significativos, diretos no valor da marca dos provedores de serviços de TIC. Para os autores, esse estudo contribui especificamente para pesquisas sobre gestão de inovação de serviços de TIC, por destacar o papel mediador do valor da marca nos

impactos da inovação de serviços de TIC e suas complementares estratégias de fidelização de clientes.

No que se refere a autoatendimento baseado em tecnologia, Becker et al. (2019) classificaram inovações em serviço como particularmente importantes. Embora estudiosos da inovação concordem que para desenvolver inovações de serviço bem-sucedidas, o envolvimento e a satisfação do cliente desempenham papel importante. Assim, o objetivo desse artigo foi desenvolver uma escala válida e confiável de inovações de serviço que incorpore aspectos de novos serviços que encantam os clientes. Os parâmetros centrais da investigação foram a satisfação e a surpresa do cliente, percebidas pela inovação de autoatendimento, baseada em tecnologia. O resultado desse estudo confirma a relevância da satisfação do cliente como um fator de vantagem competitiva, sendo seus efeitos positivos sobre a intenção de recomendação e reutilização do serviço. Os autores recomendam alinhar projetos de inovação como objetivo estratégico de encantamento do cliente afirmam ser possível avaliar o quanto a inovação de serviço é encantadora na visão do cliente, durante a fase de design e teste, em que os protótipos iniciais são testados e constantemente refinados. Os autores recomendam alinhar projetos de inovação como objetivo estratégico de encantamento do cliente e afirmam ser possível avaliar o quanto a inovação de serviço é encantadora na visão do cliente, durante a fase de design e teste, em que os protótipos iniciais são testados e constantemente refinados.

A pesquisa bibliométrica realizada por Jukic et al. (2019) sobre inovação colaborativa na Administração Pública, especificamente do ponto de vista dos antecedentes teóricos e tendências de pesquisa de coprodução e co-criação, revelam um aumento, nos últimos anos, a respeito do interesse dos pesquisadores em coprodução e cocriação no âmbito da administração pública. Esse resultado diz respeito, particularmente, a organizações localizadas na parte ocidental e norte do continente Europeu, onde as tradições administrativas anglo-saxônicas e nórdicas dominam. Assim, mesmo havendo um crescimento desse tipo de estudo no âmbito mundial, os autores inferem que é na Europa que são disponibilizados incentivos financeiros e programas orientados às políticas de inovação no âmbito da Administração Pública. Quanto à América do Sul, e em especial no Brasil, pouco foi pesquisado sobre a natureza deste tipo de inovação.

A questão de a tecnologia da informação avançada ser considerada como um motor de inovação em serviço e projeto foi pesquisada por Bantau e Rayburn (2016). Esses autores afirmam que, na área de serviços, pesquisadores têm explorado a aplicação de tecnologia para serviços, no entanto, com pouca atenção ao uso da tecnologia no *front-end* do serviço de inovação e projeto. Essa pesquisa destaca que as tecnologias da informação são úteis para pesquisa e desenvolvimento em serviços. No entanto, esses estudos não avançaram na identificação de como isso pode ocorrer. Bantau e Rayburn ressaltam que os serviços dependem da adoção e implementação adequadas de tecnologias que avançam rapidamente, questionando sobre como, quando, onde e por que alta tecnologia de informação (ATI) é mais bem-sucedida. Afirmam os autores que há necessidade de mais pesquisas para responder a essas e outras questões. A recomendação final desse trabalho é estimular mais pesquisas sobre a adoção de ATI na inovação de serviços e projetos, concentrando-se diretamente na solução de problemas do consumidor.

4.1.1 Artigos Nacionais

De acordo com Cruz et. al. (2016), a gestão da inovação é uma importante ferramenta para alcançar vantagem competitiva e garantir posições estratégicas, tendo em vista o cenário mundial. Sendo assim, os autores analisaram a estrutura das células de inovação tecnológicas da Marinha do Brasil sob o aspecto da lei da inovação tecnológica. O estudo apresenta um diagnóstico da implantação da Gestão da Inovação e como as Organizações Militares tiveram de se adaptar para uma nova forma de estrutura administrativa, levando em consideração alguns fatores como o risco do processo de inovação e a cultura organizacional.

Os resultados apontaram que a Marinha Brasileira tem grande dificuldade em realizar implementações de inovações devido ao risco associado, má adaptação de funcionários, baixo investimento em financiamento de projetos inovadores e a estrutura organizacional pode não ser propícia para a geração de ideias e disseminação das mesmas dentro da organização, fazendo com que tal conhecimento fique estagnado e muitas vezes reprimido pela alta administração.

Considerando que o aproveitamento de ideias, conhecimento e o uso de tecnologia disponível caracterizam a inovação aberta, Cândido (2018) realizou pesquisa com o objetivo de identificar as práticas de inovação aberta realizadas por empresas de software no polo tecnológico de Florianópolis. Os resultados esclareceram que, no caso dessas empresas, a inovação aberta está ligada diretamente a parcerias e a prática *Inbound*, onde os clientes são universidades e academias, desenvolvedores de software e outras empresas concorrentes. Porém, a autora destaca que a lógica de trocas destas práticas para as empresas nem sempre ocasionam benefícios diretos e imediatos. Esse alinhamento de expectativas deve ser clarificado desde o início da parceria para evitar desapontamentos.

O artigo “Rota da inovação: Uma proposta de metodologia de gestão da inovação” traz uma proposta metodológica, em cima da visão dos autores, acerca da gestão da inovação. Zen et al (2017) sugerem em sua metodologia da rota da inovação que, as micro e pequenas empresas de base tecnológica podem ser beneficiadas e terem suas necessidades atendidas caso deem a devida importância para a inovação e seu gerenciamento. A inovação é um processo importante, que deve ser gerenciado e não pode ser tratado como um evento isolado, sendo assim, a gestão da inovação na empresa deve contemplar o entendimento do nível de desenvolvimento de recursos da firma (Zen, Machado, Lopes, Borges, Meneses; 2017).

O processo de inovação tecnológica tem características multidisciplinares e, por vezes, pode ser utilizado em diversas áreas do conhecimento. É o caso do trabalho de Homma et al. (2011) acerca do processo de inovação e investimento no segmento de vacinas, fortalecendo assim o Programa Nacional de Imunizações (PNI) do Brasil. Os autores ainda destacam que, com o descobrimento de novas vacinas de alto valor agregado, os grandes laboratórios multinacionais despertaram para este segmento farmacêutico e buscam a liderança da área, investindo maciçamente em inovação tecnológica, além de realizar fusões, aquisições e parcerias tecnológicas. No campo das parcerias tecnológicas, destacam ainda que tais iniciativas propiciaram a formalização de políticas públicas voltadas para fortalecimento da área e de mecanismos legais de apoio para o envolvimento das empresas privadas nas atividades de inovação tecnológica e parcerias público-privadas. Com base nos resultados da pesquisa, os autores reforçam que os grandes laboratórios multinacionais estão investindo maciçamente em inovação

tecnológica de novas vacinas, o que possibilitará o lançamento de importantes novas vacinas de alto valor agregado, e reforçam ainda a necessidade do governo brasileiro reforce os investimentos em inovação tecnológica e mantenha a política de introduzir novas vacinas no PNI.

Ainda no contexto da inovação em serviços em segmentos ligados ao setor da saúde, Cohen et al. (2018), com base na técnica de análise bibliométrica, investigaram as características da produção científica do tema Cocriação de Valor em saúde nas bases de dados de periódicos científicos entre os anos de 2012 e 2017. O estudo demonstrou que a evolução das pesquisas científicas do tema cocriação de valor em saúde são incipientes e escassas, principalmente no Brasil.

Assim, Cohen et al. (2018) concluem que o resultado pode ser avaliado apesar do crescente interesse em inovação aberta e estratégias que exigem uma maior colaboração entre os diferentes atores da área da saúde, as pesquisas sobre cocriação e inovação em saúde ainda são incipientes.

A inovação está intimamente relacionada com a criação de valor e geração de riquezas por meio do atendimento bem-sucedido às necessidades do consumidor. Nesse sentido, Mambrini et al. (2011), realizam trabalho de pesquisa voltado à necessidade de identificar as práticas gerenciais que promovem a cultura inovadora em pequenas e médias empresas e analisar como elas contribuem para a capacidade de inovação dessas empresas. A temática traça um paralelo nos contextos de inovação e empreendedorismo ao abordar, utilizando método de pesquisa de estudo de casos múltiplos, em empresas de pequeno e médio porte que possuem pelo menos um caso de inovação relevante em sua história. Ao final do trabalho, segundo os autores, ficou evidente que nas pequenas e médias empresas, a flexibilidade, aliada ao espírito empreendedor e à prática de inovação aberta faz com que a cultura inovadora torne-se um pilar chave para a longevidade e crescimento dessas empresas. Práticas foram, ao longo da existência das empresas, intencional e deliberadamente escolhidas ou desenvolvidas pelos dirigentes como a melhor forma de atuação em função dos resultados desejados e obtidos pelas empresas estudadas. Por fim, uma das práticas listadas no trabalho foi a gestão de parcerias em toda a cadeia de valor da empresa, incluindo as áreas funcionais, é o ponto chave para a criação de soluções inovadoras.

O trabalho desenvolvido por Carlos, E. de A. (2020), apresentou os avanços e resultados obtidos pelo maior banco privado brasileiro em seu processo de

Transformação Digital (TD), bem como seus desdobramentos culturais, metodológicos e tecnológicos. A pesquisa versou, ainda, sobre a disponibilização de produtos e serviços, cada vez mais adequados às necessidades e desejos da clientela, especialmente por canais digitais, fazendo frente aos desafios de inovação trazidos por bancos digitais e *fintechs*. Utilizando uma abordagem qualitativa, o autor obteve resultados, nos quais se destacam questões como: o cliente no centro de tudo, a importância dos colaboradores para os resultados e a simplicidade é o melhor caminho para a eficiência. O autor destacou que aspectos como a cultura de agilidade, comunicação clara e iniciativas de capital humano foram relevantes na construção e fortalecimento de uma cultura voltada à TD. Por fim, o trabalho apresentou as ações e resultados para fazer frente aos desafios de inovação do setor e ao surgimento de novos concorrentes, como bancos digitais e *fintechs*, estruturando-se para se manter como referência em Transformação Digital (TD), em seu segmento.

Ainda no contexto tecnológico, Braido et al. (2020) trabalharam com o objetivo de identificar os facilitadores e as barreiras enfrentadas pelas *fintechs* de pagamentos móveis para entrada e desenvolvimento no contexto brasileiro. Os autores utilizaram um estudo de caso único e os resultados da pesquisa apontaram uma série de fatores de apoio à atividade empreendedora e condições de mercado, que afetam a inserção e desenvolvimento das *fintechs* - junção dos termos “financeira” e “*technology*” - de pagamentos móveis no contexto brasileiro. Os autores destacaram como achados a existência de um mercado não atendido ou mal atendido e o fornecimento de soluções focadas em satisfazer as necessidades desses clientes como facilitador para a entrada no mercado, no entanto, adaptar a tecnologia aos anseios do público e monetizar a solução proposta são mencionadas como barreiras. Já a parceria entre as *fintechs* foi citada como um facilitador para o desenvolvimento de soluções conjuntas, onde agregar tecnologias de parceiros é um diferencial. Esses autores destacaram, ainda, a necessidade de realização de pesquisas a inserção das *fintechs* em ambientes de P&D públicos ou em ambientes acadêmicos, sendo relevante para expandir o entendimento de como se podem criar condições de suporte a empresas desse segmento.

Para Figlioli e Porto (2011), um dos habitats de estímulo à inovação com diversas iniciativas pelo mundo e também no Brasil, os chamados parques tecnológicos são caracterizados pela promoção da competitividade das empresas

inovadoras que visam à disseminação do conhecimento, por meio da maior interação entre empresas e universidades/centros de pesquisa. Os autores observaram que o financiamento das fases de implantação não se deu somente por meio de recursos públicos ou privados, mas, também, por meio de parcerias. Na pesquisa apresentada, Figlioli e Porto (2011) utilizam da abordagem qualitativa para explorar como os parques financiam as fases de implantação do empreendimento. A análise deu-se em três países, Brasil, Portugal e Espanha, onde juntos totalizaram 11 parques tecnológicos. Os autores concluíram que em todos os parques analisados, ficou claro o envolvimento entre entidades públicas e privadas, destacando que nos parques brasileiros as entidades públicas, ou vinculadas ao poder público, financiaram principalmente estudos da fase de planejamento e a parte de implantação de infraestruturas básicas. Esses autores relataram que a prestação de serviços tecnológicos e realização de cooperação com empresas no desenvolvimento de projetos, por meios próprios ou em parceria, foi uma das ações usadas para minimizar incertezas de continuidade do empreendimento.

No contexto da gestão de inovação em empresas de serviços de tecnologia da informação (TI), Kitsuta e Quadros (2019) partiram do pressuposto de que modelos de gestão da inovação influenciam o modo como empresas estruturam seus processos de inovação, definindo rotinas, sistemas e práticas organizacionais. Assim, esses autores exploram a gestão da inovação em serviços de TI, por intermédio da pergunta de pesquisa: as abordagens consolidadas de gestão da inovação são aplicáveis e adotadas por empresas brasileiras de serviços de tecnologia da informação (TI)? Kitsuta e Quadros (2019) adotaram como um dos conceitos de inovação o proposto por Schumpeter (1997), ou seja, um novo bem ou uma nova qualidade de um bem, um novo método de produção, abertura de um novo mercado, utilização de novas fontes de oferta de matérias-primas ou bens semimanufaturados ou nova organização da indústria. Os autores consideraram a inovação em serviços como um construto multidimensional.

O resultado da pesquisa realizada por Kitsuta e Quadros (2019), identificou que, em empresas de serviços de TI, pelo menos cinco modelos de gestão da inovação podem ser utilizados, explorando relações entre esses modelos e as dimensões da inovação em serviços. No trabalho foi concluído que, para os gestores de inovação em empresas de serviços de TI, a compreensão da diversidade de tipos de inovação e de modelos permite que as empresas se sensibilizem para o

desenvolvimento de capacidades de inovação, além das capacidades relacionadas aos modelos tradicionais, ampliando seu portfólio de estratégias e práticas gerenciais no desenvolvimento de inovações.

A criação e operação de empresas de base tecnológica (EBT), dizem Preczevski et al. (2019), são o principal incentivo à inovação nas economias emergentes, especialmente em indústrias que exigem um alto grau de tecnologia, mas que muitas vezes são negligenciadas, como é o caso do setor de saúde. Assim, esses autores descrevem o incentivo à inovação e apresentam o objetivo da pesquisa onde buscou-se verificar como a gestão sustentável dos negócios pode potencializar a capacidade dinâmica de inovação de EBTs da saúde. Utilizando-se de uma pesquisa de natureza qualitativa e utilizados na seleção destas empresas os autores apresentam os critérios: a) empresas de base tecnológica da saúde que já estavam estruturadas; b) fomentadoras da cultura do empreendedorismo inovador; c) com geração de negócios de alto impacto, desenvolvedoras de produtos novos e; d) com aplicação do conhecimento científico e tecnológico, selecionaram a *Phelcom Technologies* e a *Figlabs*. A *Phelcom Technologies* desenvolve o modelo de retinógrafo portátil, já a *Figlabs* produz aparelhos de diagnóstico por imagem. Ambas as empresas trabalham no desenvolvimento de produtos inovadores, usando de processos pautados em parcerias com universidades, os quais são a base estratégica de seus negócios. Segundo esses autores, os resultados da pesquisa mostraram que a inovação é necessária para as EBTs se manterem competitivas, já que são empresas de base tecnológica estão: transformando permanentemente o conhecimento científico em novas tecnologias a serem aplicadas na área da saúde; lançando produtos com maior desempenho e aprimoramento, com economia de recursos e inclusão de massas demográficas; resultando em menor custo, simplicidade e conveniência para o uso e agregando atributos potenciais que os consumidores valorizam.

Para Silva et al. (2016) as pequenas e médias empresas de base tecnológica são reconhecidas como essenciais para a economia e a atividade empresarial. O objetivo deste artigo foi estudar como ocorre o processo de inovação tecnológica em pequenas e médias empresas de base tecnológica localizadas na região metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte - Brasil. Foi utilizado nesta pesquisa os estudos de casos múltiplos com abordagem qualitativa e como resultado da observação dos modelos de desenvolvimento da inovação adotados

pelas empresas, foi verificado que o modelo está mais próximo do que foi proposto no modelo de interações em cadeia. O desenvolvimento da inovação, consideram os autores, depende do tipo de atividade econômica que é desenvolvida pela empresa e das interações desta com o meio interno e externo. Para Silva et al. (2016), as pequenas e médias empresas de base tecnológica mostraram-se bastante adaptáveis e flexíveis em suas práticas de gestão e inovação, embora tenham poucos recursos para investir em P&D. Por outro lado, essas organizações utilizam os diversos aspectos positivos que têm para lançar inovações que não requeiram grandes finanças ou gastos, especialmente em inovar seus processos e produtos, e buscar alternativas de lançamento de inovações que aumentem seu desempenho competitivo. Resumidamente, os autores concluíram que as pequenas e médias empresas de base tecnológica não inovam de forma sistemática, mas de forma intuitiva e focada nas ideias de seus fundadores. A inovação é desenvolvida principalmente com foco no atendimento aos requisitos dos clientes e às necessidades do mercado. A formação de parcerias é principalmente por exigências de mercado ou desenvolvimento de produtos e processos, mas é vista com medo por gestores e empreendedores.

O estudo realizado por Grützmann et al. (2019) investigou, a partir de abordagem qualitativa, o uso de tecnologias internet no apoio à inovação de produtos em empresas brasileiras. A comunicação extensiva permite que informações percorram a organização em todos os níveis hierárquicos, fazendo o uso de diversos canais. Outro aspecto importante da pesquisa foi verificar se as empresas possuíam processos de inovação relacionados ao desenvolvimento de novos produtos. Sendo assim, elas foram questionadas sobre como ocorria a inovação. Ainda segundo os autores, as organizações pesquisadas foram caracterizadas como inovadoras e possuem destaque no cenário nacional. Os relatos permitem perceber que as práticas de inovação têm sido influenciadas pelo uso de tecnologias internet. No entanto, as empresas que desejam extrair conhecimento da Web para dar suporte ao processo de inovação devem considerar o uso de diferentes tecnologias internet, especialmente aquelas voltadas para a inovação propriamente dita, como competição de ideias e plataformas de cocriação, concluem Grützmann et al. (2019).

Para Barbosa et al. (2018), os avanços nas pesquisas sobre serviços intensivos em conhecimento têm sido notáveis, principalmente no que se refere ao

conceito de inovação e aos aspectos que sustentam os distintos processos inovativos nesses setores. Para os autores, a discussão teórica abrange a inovação e sua importância ao desenvolvimento econômico e social, bem como características do processo inovativo em TI, inovação organizacional e recursos humanos. Com base na realização de um *survey* em 44 organizações, os autores concluíram que as organizações estudadas inovam em diversas frentes, possuem equipes qualificadas e dão importância estratégica à inovação, embora não a tenham perfeitamente estruturada e gerenciada. A pesquisa mostrou que as empresas não apresentam a diversidade suficiente para propiciar um ambiente participativo e criativo, necessário na inovação. Diante disso, os autores recomendam uma mudança de perspectiva aos gestores, profissionais e acadêmicos que lidam com inovação, especialmente no setor pesquisado.

A respeito das inovações habilitadas por tecnologias da informação e comunicação (TICs), Pinheiro e Tigre (2015) trouxeram uma contribuição interessante. O trabalho dos autores buscou examinar essas TICs dando ênfase nas tecnologias utilizadas, os canais das ferramentas digitais, o processo de aprendizado para a inovação e as mudanças organizacionais necessárias para o uso de ferramentas avançadas. É interessante destacar os resultados apresentados, pois foi observado que as TICs não são eventos isolados e pontuais, tendo uma função importante para alterar processos, formas de relacionamento com os *stakeholders* e requerem uma maior integração organizacional para desempenhar a sua funcionalidade. O porte, a nacionalidade e o mercado em que a organização está inserida são fundamentais para definir o sucesso dessas inovações também, sendo assim, uma multinacional tem mais chances de ter sucesso com sua implementação, graças a seu acesso à base interna mundial de conhecimento da corporação.

O termo *Internet of Things* (IoT) é descrito em Pacheco, Klein e Righi (2016) como uma oportunidade e um desafio para diversos segmentos da indústria. Isso se dá por conta das diversas aplicações do termo em distintos segmentos. O princípio por trás da Internet das Coisas (IoT) é haver objetos físicos do cotidiano equipados com uma lógica digital, sensores e uma capacidade de conexão à Internet, para a inovação, devido a sua magnitude e a incerteza de aplicação é inviável que um ator consiga desenvolver e implementar isso individualmente. A cocriação se vê

fundamental nesse processo, mesmo entre atores cujo modelos de negócios sejam de segmentos diferentes.

Colocando em evidência as contribuições de parcerias entre indústrias e universidades, Thomas, Vieira e Balestrin (2017) analisaram a importância dos escritórios de transferência de tecnologia (TTOs) das universidades britânicas para o surgimento de inovações em projetos colaborativos de pesquisa e desenvolvimento (P&D) e compararam um projeto de cocriação inglês com um brasileiro. A principal diferença entre o projeto analisado no Brasil e o projeto analisado no Reino Unido foi o papel desenvolvido pelo TTO. Enquanto no Brasil os universitários ficaram lidando com papelada e funções operacionais, no Reino Unido eles cuidaram do papel decisivo e estratégico. O artigo identificou que a principal função dos TTOs é pesquisar e selecionar diferentes parceiros para a realização de projetos e propôs que os intermediários deem auxílio nessa função, assim como facilitem o acesso dos universitários aos recursos necessários para se atingir inovação com os projetos de P&D.

Em Berni et al (2015), o papel da integração das universidades com as organizações foi analisado e avaliado na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). O Estudo contribui para o entendimento da importância e dos benefícios dessa interação para o âmbito universitário e organizacional, tendo nas incubadoras um papel fundamental de comunicar e auxiliar esse processo. Assim, como em Thomas, Vieira e Balestrin (2017), os autores identificaram que o ambiente de transferência de tecnologias e conhecimentos são fundamentais para o sucesso dessa cocriação, porém a interação Universidade-Empresa ainda é pouco realizada na UFSM. Este trabalho contribui para o entendimento da importância da burocracia no processo brasileiro de integração universidade-empresa, por um lado, formaliza essa relação estabelecendo os direitos, deveres e limites entre as partes, por outro lado, mostrando que pode prejudicar o estabelecimento dessas inovações. Para pesquisas futuras, os métodos da gestão da inovação e da proteção da propriedade intelectual, podem contribuir para o surgimento de novos conhecimentos, métodos e técnicas gerando um maior potencial competitivo.

Lazaretti et. al. (2019) trouxeram em seu estudo, um levantamento e uma análise das colaborações brasileiras nos estudos e nos debates de cidades inteligentes. Aspectos relacionados à tecnologia da informação e à qualidade de vida são predominantes dentro da pesquisa acerca do tema. Mesmo tendo alguns focos

do assunto em universidades, não foram identificadas redes de relações entre as universidades brasileiras e pesquisas sobre cidades inteligentes. O artigo sugere a criação de escritórios de transferência de tecnologias entre as universidades e as organizações para aumentar a discussão sobre o tema.

Já em Romani et. al. (2018) o objetivo principal da pesquisa é saber quais são as intenções de morar em uma cidade inteligente, a partir da percepção individual do público jovem. Segundo os autores, as principais características que atraem esses jovens são o ambiente e a integração que essas casas e cidades inteligentes promovem. Os resultados observados nesta pesquisa indicaram que para o público-alvo, o engajamento nos processos de inovação da vida pública dependerá, em geral, do sucesso no campo da inovação e no processo colaborativo de uma cidade inteligente que evolui em ambientes que estimulam a descoberta e geração de ideias.

Souza et. al. (2014) realizaram uma análise do grau e do desempenho de inovações em 36 empresas do estado do Rio de Janeiro. De acordo com os autores, o ambiente em que as empresas estão inseridas é um dos indicadores mais importantes para que haja inovação em produtos e serviços. Os capacitadores orgânicos são divididos em três apresentados a seguir. As equipes multifuncionais (EMF), são fundamentais para a execução de atividades comuns, pois são de diferentes áreas e podem agregar conhecimentos distintos. A proximidade física dos recursos de desenvolvimento (PFRD) é necessária, uma vez que com os recursos e a equipe alocados no mesmo espaço físico a comunicação fica mais ágil (face a face), pode agilizar e facilitar a solução de problemas. O último capacitador, recompensas grupais (RGP), define incentivos e promove interações entre os membros dessa equipe, seja transitando entre funções de projetos, ou recompensas financeiras/sociais. Os autores apresentam como os melhores indicadores de desempenho em processos de prestação de serviços:

A utilização de equipes multifuncionais; participação do setor de pós-vendas (apoio aos clientes) no desenvolvimento dos produtos (serviços); utilização de facilitadores para ajudar equipes multifuncionais a melhorarem seu trabalho em equipe; a reorganização de tarefas para facilitar a passagem de controle de tais tarefas de uma pessoa (ou setor) para outra pessoa (ou outro setor); a colocação das funções (ou atividades) complementares em um mesmo espaço físico ou em espaços próximos e a premiação (de qualquer tipo) de equipes de projeto." (Souza et. al., 2014).

A inovação no setor público e suas conexões com a evolução dos modelos de administração pública, foi verificada dentro do Tribunal Regional Eleitoral de

Santa Catarina (TRE-SC) por Klumb e Hoffmann (2016), através de seu estudo de caso descritivo-avaliativo. Segundo as autoras, foi constatado que o órgão desenvolveu diversas inovações internas com o destaque para as inovações de processos tecnológicos, seguidas pelas inovações em serviços e inovações auxiliares. Esses novos métodos trouxeram um aprimoramento dos sistemas e processos internos, assim como da infraestrutura tecnológica do TRE-SC. Dados que demonstram a preocupação da organização em ser cada vez mais eficiente e se manter em evolução constante.

Segundo Vincenzi e Cunha (2019), a inovação é de certa forma arriscada, podendo haver muitos obstáculos internos e externos e a empresa nem sempre terá garantia de sucesso. Esses autores selecionaram empresas brasileiras que desenvolveram processos de inovação entre 2009 e 2014 e analisaram o grau de inovação gerada pela empresa e as barreiras que estes enfrentam. Entre 2009 e 2011, as empresas com capital controlador nacional aferiram maiores barreiras do que as estrangeiras. As demais características das empresas não apresentaram diferenças significativas. As empresas que lançaram conjuntamente inovações de produto e de processo desenvolveram inovações completamente novas e, as que implantaram inovações organizacionais e de marketing indicaram maiores barreiras do que as demais empresas. Os autores apontam como resultado que, para realizar inovações radicais, as empresas precisam modificar seus processos visando gerar produtos inteiramente novos, o que as faz enfrentar mais dificuldades, ressaltando a importância das inovações organizacionais e de marketing no fomento dos outros tipos de inovação, especialmente nas empresas de serviços.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os artigos selecionados, por meio de uma pesquisa bibliográfica e a realização do estado da arte sobre inovação em serviço com parcerias ou cocriações, teve como resultado final um total de 32 artigos, 23 de origem brasileira e 9 internacionais. Para os 23 estudos brasileiros, apenas 2 utilizaram uma abordagem quantitativa e confeccionaram trabalhos ligados a projetos colaborativos de pesquisa e desenvolvimento (P&D) entre universidades e a indústrias como, por exemplo, o de Thomas et al. (2017). Adicionalmente, cabe igual destaque ao estudo sobre cocriação de valor no segmento da saúde de Cohen et al. (2018). Quanto aos demais trabalhos brasileiros, todos qualitativos, abordaram questões ligadas à inovação em serviços, em sua maioria com o uso de tecnologia da informação, no setor público e privado.

Por outro lado, para os artigos internacionais, não foi observada a predominância de nenhuma abordagem. Contudo, houve maior relação dos estudos com questões ligadas à inovação em serviços com parceiras ou cocriações. Neste contexto, cabe o destaque para o trabalho de Jukic et al. (2019), sobre inovação colaborativa na Administração Pública, focando em antecedentes e tendências de pesquisas sobre coprodução e cocriação.

Os resultados desta pesquisa revelaram, nos últimos anos, um aumento considerável no interesse dos pesquisadores em coprodução e cocriação no âmbito da administração pública. Este é particularmente o caso localizado na parte ocidental e norte do continente Europeu, onde as tradições administrativas anglo-saxônicas e nórdicas dominam.

Observa-se nos textos, aqui estudados, que o processo de co-criação necessita de pessoas com qualificações necessárias para pensar de maneira criativa, gerando contribuições para um processo de inovação da empresa. Processo nos quais as Tecnologias de Informação, TICs, são facilitadores para inovações de produto e de serviço, necessárias a empresas de base tecnológica, com habilidades técnicas superiores, as quais, seguindo uma estratégia de tecnologia, agregam mais importância a serviços relacionados a tecnologia.

Nesta pesquisa bibliográfica pode-se destacar que as tecnologias da informação são úteis para pesquisa e desenvolvimento em serviços, no entanto, esses estudos

não avançaram na identificação de como isso pode ocorrer. Na área de serviços pesquisadores têm explorado a aplicação de tecnologia para serviços, no entanto, com pouca atenção ao uso da tecnologia no *front-end* do serviço de inovação e projeto.

Os estudos identificados nesta pesquisa ressaltam, ainda, que os serviços dependem da adoção e implementação adequadas de tecnologias, que avançam rapidamente, sendo questionado o como, quando, onde e por que alta tecnologia de informação (ATI) é mais bem-sucedida. No sentido de responder essas questões e outras que possam surgir, os autores pesquisados afirmam haver necessidade de mais pesquisas, recomendando estimulá-las no sentido da adoção de ATI na inovação de serviços e projetos, concentrando-se diretamente na solução de problemas do consumidor.

Em trabalho mapeado neste estudo, identificou-se que o processo de inovação, para chegar a um processo de cocriação, necessita de compartilhamento de valores sociais e envolvimento das partes interna e externa a organização, lembrando que, por existirem diferenças, tanto entre os grupos, como dentro dos grupos, as pessoas possuem distintas interpretações dos valores identificados, ou opiniões diferentes sobre esses valores e sua importância. No entanto, é destacado que a lógica de trocas dessas práticas para as empresas nem sempre ocasionam benefícios diretos e imediatos, este alinhamento de expectativas deve ser clarificado desde o início da parceria para evitar desapontamentos.

Outro resultado encontrado confirma a relevância da satisfação do cliente como um fator de vantagem competitiva e recomenda que os projetos de inovação sejam alinhados com o objetivo estratégico de satisfação do cliente. Especificamente, durante a fase de design e teste, em que os protótipos iniciais são testados e constantemente refinados, é possível avaliar o quanto a inovação de serviço é encantadora na visão do cliente.

Além disto, foi possível aqui inferir que, apesar do crescimento do número de estudos sobre o tema aqui estudado, em nível mundial, com destaque para parte da Europa, pouco se pesquisou sobre a natureza deste tipo de inovação, no âmbito da América do Sul, e em especial no Brasil. O processo de inovação usando cocriação no setor público poderá avançar à medida que mais estudos sejam realizados e a percepção de geração de valor para a sociedade e a administração pública se tornem mais tangíveis. Dessa forma, recomenda-se o aprofundamento do tema de

forma vinculada ao setor público, direcionando para inovação em serviço utilizando tecnologias e formações de parcerias público / privada.

Finalmente, recomenda-se novas pesquisas bibliográficas, utilizando outras bases e palavras-chave, com o objetivo de mapear o estado da arte deste tema em período e contextos distintos, identificando lacunas a serem preenchidas.

REFERÊNCIAS

ANTONUCCI, E., FEDELE, M., & FORMISANO, V. Innovation in financial services: A challenge for start-ups growth. **International Journal of Business and Management**, Canadá, v. 11, n. 3, pp. 149-162, 2016. Disponível em: <https://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijbm/article/view/55648> Acesso em: 18/07/2021

AGGER, ANNIKA. & LUND, D. H. Collaborative Innovation in the Public Sector – New Perspectives on the Role of Citizens. **Scandinavian Journal of Public Administration – SJPA**, Suécia, v. 21, n. 3, pp. 17-37, Setembro, 2017. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/320064546_Collaborative_Innovation_in_the_Public_Sector_-_New_Perspectives_on_the_Role_of_Citizens Acesso em: 18/07/2021

BANTAU, GABRIELA. & RAYBURN, STEVEN W. Advanced information technology: transforming service innovation and design. **The Service Industries Journal**, Londres, Inglaterra, v. 36, n. 13, pp. 699–720, Novembro, 2016 Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/02642069.2016.1272594> Acesso em: 18/07/2021

BARBOSA, A. C. Q., LOPES, D. P. T., SOUZA, É. P., & MARTINS, G. S. (2018). Inovação Em Empresas Mineiras De Tecnologia Da Informação. **Revista de Administração FACES Journal**, 17(2), 9–29. <https://doi.org/10.21714/1984-6975FACES2018V17N2ART5002> Acesso em: 18/07/2021

BAREGHEH, A., ROWLEY, J., & SAMBROOK, S. (2011). Towards an innovation-type mapping tool. **Management Decision**, v. 49, n. 1, pp. 73-86. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/0025174111094446> Acesso em: 18/07/2021

BECKER, FLORIAN. BOTHE, STEPHANIE. HADWICH, KARSTEN. & FALTE, MAREIKE. Delightful Service Innovations in the Context of Technology Based Self-

Services – Scale Development and Validation. **SMR - Journal of Service Management Research**, Stuttgart, Alemanha, v. 3, n. 2, pp. 66– 81, 2019 Disponível em: DOI: 10.15358/2511-8676-2019-2-66. Acesso em: 18/07/2021

BERNI, JEAN CARLO ALBIERO, GOMES, CLANDIA MAFFINI, PERLIN, ANA PAULA, KNEIPP, JORDANA MARQUES, E FRIZZO, KAMILA (2015). Interação Universidade-Empresa Para A Inovação E A Transferência De Tecnologia. **Revista Gestão Universitária na América Latina - GUAL**, 8(2),258-277. Acesso em 4 de Novembro de 2021. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=319338455013> Acesso em: 18/07/2021

BOUYENS, I., & ROGERSON, C. M. Tourism innovation in the global South: Evidence from the Western Cape, South Africa. **International Journal of Tourism Research**, n. 18, v. 5, pp. 515-524, Fevereiro, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1002/jtr.2071> Acesso em: 18/07/2021

BRAIDO, G., KLEIN, A., & PAPALEO, G. (2020). Facilitadores e Barreiras enfrentadas pelas Fintechs de Pagamentos Móveis no Contexto Brasileiro. **BBR. Brazilian Business Review**, v. 18, n. 1, pp. 22-44. Disponível em: DOI: 10.5700/rausp1040 Acesso em: 22/11/2021

BRANDÃO, S. M.; FARIA, M. F. B. Inovação no setor público: análise da produção científica em periódicos nacionais e internacionais da área de administração. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 47, n. 1, p. 227-248, Fevereiro, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0034-76122013000100010>

CÂNDIDO, ANA CLARA. Redes de colaboração das empresas de software: estudo das práticas de inovação aberta. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, João Pessoa, v. 8, n. 2, p. 145-161, mai./ago. 2018. DOI: <http://dx.doi.org/10.21714/2236-417X2018v8n2p14> <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/pgc>. Acesso em: 22/11/2021

CARLOS, ED DE ALMEIDA. (2020). Desafios culturais, metodológicos e tecnológicos da transformação digital: um estudo de caso no mercado bancário brasileiro. **Revista Inovação**, Projetos e Tecnologias, 8(2), 181-197.

COHEN, MIRANDA. SILVA, CHAYANA LEOCÁDIO DA. & MARCELINO, JOSÉ JORGE. Cocriação Em Saúde: Um Levantamento Sistemático Da Literatura. **Revista Pensamento Contemporâneo Em Administração**, v. 12, n. 3, pp. 79–91, Setembro, 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.12712/rpca.v12i3.13186> Acesso em: 22/11/2021

CRUZ, PEDRO PAULO WOOD DA, SANTOS, RICARDO FRANÇA, & QUINTAL, RENATO SANTIAGO. Um diagnóstico da estrutura das células de inovação tecnológicas da Marinha do Brasil: um estudo de caso sob o aspecto da lei de inovação tecnológica. **Revista Gestão & Tecnologia**, 16(3), 194–218. Maio, 2016 <https://doi.org/10.20397/2177-6652/2016.v16i3.967> Acesso em: 22/11/2021

D'ALVANO, L., & HIDALGO, A. Service innovation: Inward and outward related activities and cooperation mode. **Journal of Business Research**, v. 67, n. 5, pp. 698-703, Maio, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.ibusres.2013.11.030>

DYBA, T. AND DINGSOYR, T. Empirical Studies of Agile Software Development: A Systematic Review. **Information and Software Technology**, v. 50, pp. 833-859, Fevereiro, 2008. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.infsof.2008.01.006> Acesso em: 22/11/2021

ETTLIE, J. E., & ROSENTHAL, S. R. (2011). Service versus manufacturing innovation. **Journal of Product Innovation Management**, Minnesota, EUA, v. 28, n. 2, pp. 285-299, Fevereiro, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2011.00797.x> Acesso em: 22/11/2021

European Commission, 2013a. Innovation union competitiveness report 2013. Towards knowledge driven reindustrialisation, Commission staff working document SWD(2013)347 final.

FEIMI, D.; KUME, V.; PULAJ, E. Macro Environment and Innovation in Service Sector. The Evidence from Albanian Context. **European Journal of Sustainable Development**, v. 5, n. 2, p. 137, 1 Jun. 2016.

FIGLIOLI, ALINE. PORTO, GECIANE SILVEIRA. (2011). Financiamento de parques tecnológicos: um estudo comparativo de casos brasileiros, portugueses e espanhóis. **Revista de Administração**, 47(2), 290–306. <https://doi.org/10.5700/rausp1040> Acesso em: 25 ago. 2021.

FLIPSE, STEVEN M. & PUYLAERT, STEVEN. Organizing a Collaborative Development of Technological Design Requirements Using a Constructive Dialogue on Value Profiles: A Case in Automated Vehicle Development. **Science and Engineering Ethics**, Delft, Holanda, v. 24, pp. 49–72, Março, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11948-017-9877-3> Acesso em: 25 ago. 2021.

FOMBELLE, P., GUSTAFSSON, A., KRISTENSSON, P., SNYDER, H., & WITTELL, L. Identifying categories of service innovation: A review and synthesis of the literature. **Journal of Business Research**, v. 69, n. 7, pp. 2401-2408, Jul, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.01.009> Acesso em: 25 ago. 2021.

FULLER, JOHANN; HUTTER, KATJA; & FAULLANT, RITA. Why co-creation experience matters? Creative experience and its impact on the quantity and quality of creative contributions. **R&D Management**, Oxford, Inglaterra. v. 41, n. 3, p. 259-273, 2011. Disponível em: DOI:[10.1111/j.1467-9310.2011.00640.x](https://doi.org/10.1111/j.1467-9310.2011.00640.x) Acesso em: 25 ago. 2021.

GADREY, J. The characterization of goods and services: An alternative approach. **Rev. Income Wealth**, v. 46, n. 3, pp. 369–387, Setembro, 2000. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/j.1475-4991.2000.tb00848.x> Acesso em: 25 ago. 2021.

GALLOUJ, FAÏZ. WEBER, K. MATTHIAS. STARE, METKA. & RUBALCABA, LUIS. The futures of the service economy in Europe: A foresight analysis, **Technological**

Forecasting and Social Change, v. 94, n.1, pp. 80-96, Maio, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2014.06.009> Acesso em: 25 ago. 2021.

GALLOUJ, FAIZ; WEINSTEIN, OLIVIER. Innovation in Services. **Research Policy**, n. 26, pp. 537-556, Dezembro, 1997. Disponível em: [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(97\)00030-9](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(97)00030-9) Acesso em: 25 ago. 2021.

GRÜTZMANN, A., ZAMBALDE, A. L., & DE SOUZA BERMEJO, P. H. (2019). Innovation, New Product Development and Internet Technologies: study in Brazilian companies. **Gestao & Producao**, 26(1), 1–15. <https://doi.org/10.1590/0104-530X1451-19> Acesso em: 25 ago. 2021.

HOMMA, A., DE MENEZES MARTINS, R., DA LUZ FERNANDES LEAL, M., DA SILVA FREIRE, M., & COUTO, A. R. (2011). Atualização em vacinas, imunizações e inovação tecnológica. **Revista Ciência & Saúde Coletiva**, 16(2), 445–458. <https://doi.org/10.1590/S1413-81232011000200008> Acesso em: 22/11/2021

JUKIC, TINA. PEVCIN, PRIMOZ. BENČINA, JOZE. DEČMAN, MITJA. & VRBEK, SANJA. Collaborative Innovation in Public Administration: Theoretical Background and Research Trends of Co-Production and Co-Creation. **Administrative Sciences**, Basel, Suíça, v. 9, pp. 90-117, Novembro, 2019, Disponível em: doi:10.3390/admsci9040090 Acesso em: 22/11/2021

LUSCH, R. F., & NAMBISAN, S. Service innovation: A service-dominant logic perspective. **MIS Quarterly**, 39(1), 155-175, Março, 2015. Disponível em: [10.25300/MISQ/2015/39.1.07](https://doi.org/10.25300/MISQ/2015/39.1.07) Acesso em: 22/11/2021

KITSUTA, C. M., & QUADROS, R. (2019). Gestão da inovação em empresas brasileiras de serviços de tecnologia da informação: modelos de inovação planejada, de aplicação rápida e de inovação deliberada a posteriori. **Cadernos EBAPE.BR**, 17(4), 1048–1061. <https://doi.org/10.1590/1679-395174440> Acesso em: 22/11/2021

KLUMB, R., & HOFFMANN, M. G. (2016). Inovação No Setor Público E Evolução Dos Modelos De Administração Pública: O Caso Do Tre-Sc. **Cadernos de Gestão**

Pública e Cidadania, 21(69), 86–102. <https://doi.org/10.12660/cgpc.v21n69.53902>
Acesso em: 22/11/2021

KNOCKAERT, MIRJAM. VANDENBROUCKE, ELIEN. & HUYGHE, ANNELORE. Unraveling the need for innovation support services in new technology-based firms: The impact of commercialization strategy. **Science and Public Policy**, Oxford, Inglaterra, Setembro. 2012.v. 40 (2013) pp. 85-96. Disponível em: doi: 10.1093/scipol/scs060 Acesso em: 22/11/2021

LAZZARETTI, KELLEN. SEHNEM, SIMONE. BENCKE, FERNANDO. MACHADO, HILKA. (2019). Cidades inteligentes: insights e contribuições das pesquisas brasileiras. **urbe. Revista Brasileira de Gestão Urbana**. V. 11. <http://10.1590/2175-3369.011.001.e20190118> Acesso em: 22/11/2021

LEHRER, CHRISTIANE. WIENEKE, ALEXANDER.BROCKE, JAN VOM. JUNG, REINHARD. & SEIDEL, STEFAN. How Big Data Analytics Enables Service Innovation: Materiality, Affordance, and the Individualization of Service. **Journal of Management Information Systems**, Estados Unidos, 2018, Vol. 35, No. 2, pp. 424–460. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/07421222.2018.1451953> Acesso em: 25 ago. 2021.

LENHARI, L. C.; CARVALHO, R. Q. Inovação em serviços e sua gestão: um balanço das teorias internacionais contemporâneas. **Gestão & Conexões**, v. 2, n. 2, p. 75-101, 2013. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/41089/inovacao-em-servicos-e-sua-gestao--um-balanco-das-teorias-internacionais-contemporaneas/i/pt-br> Acesso em: 25 ago. 2021.

MAMBRINI, A. B., DATTEIN, E., ARIAS MEDINA, J. A., CINTHO, S., & MACCARI, E. A. Cultura Inovadora Na Pequena E Média Empresa. **Revista de Gestão e Projetos**, v. 2, n.1, pp. 26–51, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.5585/gep.v2i1.34> Acesso em: 25 ago. 2021.

OCDE. Manual de Oslo.(2006). Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. 3. ed. Brasília: Finep. Acesso em: 18/07/2021

OSTROM, A. L., BITNER, M. J., BROWN, S. W., BURKHARD, K. A., GOUL, M., SMITH-DANIELS, V., DEMIRKAN, H., & RABINOVICH, E. Moving Forward and Making a Difference: Research Priorities for the Science of Service. **Journal of Service Research**, v. 13, n. 1, p. 4-36, 1 ago. 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1094670509357611>. Acesso em: 25 ago. 2021.

PACHECO, B. F., KLEIN, A. Z., & RIGHI, R. R. (2016). Modelos de negócio para produtos e serviços baseados em internet das coisas: uma revisão da literatura e oportunidades de pesquisas futuras. **REGE - Revista de Gestão**, São Paulo, v. 23. pp. 41-51, 14 de maio de 2016, Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.rege.2015.12.001> Acesso em: 18/07/2021

PAPADOPOULOS, T., THANASOPON, B., & VIDGEN, R. (2016). The role of openness in the fuzzy front-end of service innovation. **Technovation**, v. 47, pp. 32-46, Jan, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2015.11.007> Acesso em: 22/11/2021

PAVITT, KEITH. Sectoral patterns of technical change: towards a taxonomy and a theory. **Res. Policy**, v. 13, pp. 343-373, Dez, 1984. Disponível em: [https://doi.org/10.1016/0048-7333\(84\)90018-0](https://doi.org/10.1016/0048-7333(84)90018-0) Acesso em: 22/11/2021

PINHEIRO, ALESSANDRO DE ORLANDO MAIA,& TIGRE, PAULO BASTOS. (2015). Proposta De Investigação Sobre O Uso De Software No Suporte À Inovação Em Serviços. **RAE: Revista de Administração de Empresas**, São Paulo 55(5), 578–592, set-out 2015 <https://doi.org/10.1590/S0034-759020150509> Acesso em: 22/11/2021

PINOCHET, L. H. C., ROMANI, G. F., DE SOUZA, C. A., & RODRÍGUEZ-ABITIA, G. (2019). Intention to live in a smart city based on its characteristics in the perception by the young public. **REGE Revista de Gestão**, 26(1), 73–92. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/REGE-06-2018-0077>

PRECZEVSKI, S. MARIA, REZENDE DA COSTA, P., NOGUEIRA FERRAZ, R. R., & DE SOUZA FREITAS, W. R. (2018). Gestão sustentável e capacidade dinâmica de inovação de empresas de base tecnológica da saúde. **Revista de Negócios**, v. 23, n. 4, p. 25-46, Outubro, 2018.

SCHUMPETER, J. A., **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico** (1982). Editora Nova Cultural Ltda. 1997, Círculo do Livro Ltda.

SILVA, FABIANA, MATOS, DA; OLIVEIRA, EDSON A. DE A. Q.; & MORAES, MARCELA BARBOSA DE. Innovation development process in small and medium technology-based companies. **Revista de Administração e Inovação - RAI**, 13(3), 176–189, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.rai.2016.04.005> Acesso em: 22/11/2021

SOUZA, J. C. C. DE, PEREIRA BARBOSA, J. G., CARINO BOUZADA, M. A., GONÇALVES, A. A., & TAVARES, E. (2016). Melhores Práticas Em Inovação: Uma Pesquisa Em Empresas Do Setor De Ti. **Brazilian Journal of Management / Revista de Administração Da UFSM**, 8(4), 685–705. <https://doi.org/10.5902/1983465910798>

SUNDBO, J.; GALLOUJ, F. Innovation in Service. Manchester, 1998. Policy Research in Engineering, Science & Technology - PREST. Project Report S2.

THOMAS, E., VIEIRA, L. M., & BALESTRIN, A. (2017). Mind the Gap: Lessons from the UK to Brazil about the Roles of TTOs throughout Collaborative R&D Projects. **BAR - Brazilian Administration Review**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 4, art. 2, e170048, 2017 Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1807-7692bar2017170048> Acesso em: 22/11/2021

TUOMI, I. (2003) **Networks of Innovation: Change and Meaning in the Age of the Internet**. Oxford: Oxford University Press.

VIGODA-GADOT, ERAN., & MEIRI, S. (2008). New public management values and person organization fit: A socio-psychological approach and empirical examination among public sector personnel. **Public Administration**, v. 86, n.1, pp. 111-132, Mar, 2008. Disponível em: [10.1111/j.1467-9299.2007.00703.x](https://doi.org/10.1111/j.1467-9299.2007.00703.x) Acesso em: 22/11/2021

VINCENZI, T. B. D., & CUNHA, J. C. DA. (2019). Características de empresas e de inovações e suas relações com barreiras à inovação no setor de serviços brasileiro. **Cadernos EBAPE.BR**, 17(4), 1062–1078. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/cadernosebape/article/view/74404> Acesso em: 22/11/2021

XU, XIN. THONG, JAMES Y. L. & VENKATESH, VISWANATH. Effects of ICT Service Innovation and Complementary Strategies on Brand Equity and Customer Loyalty in a Consumer Technology Market. **Information Systems Research**, Vol. 25, No. 4, pp. 710–729, Dezembro 2014, Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1287/isre.2014.0540> Acesso em: 18/07/2021

ZEN, AURORA CARNEIRO, MACHADO, BERNARDO DIAS, LÓPEZ, ANA ISABEL JARAMILLO, BORGES, MARTIELE CORTES, & MENEZES, DANIELA CALLEGARO DE. Rota da Inovação: Uma Proposta de Metodologia de Gestão da Inovação. **RAC - Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 21, n. 6, pp. 875-892, Novembro/Dezembro, 2017 Disponível em: <http://www.anpad.org.br/rac> Acesso em: 18/07/2021

ZHANG, XI. CHEN, HUI. WANG, WEIGUANG. & PABLOS, PATRICIA ORDÓÑEZ DE. What is the role of IT in innovation? A bibliometric analysis of research development in IT innovation. **Behaviour & Information Technology**, v. 35, n. 12, pp. 1130–1143, 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/0144929X.2016.1212403> Acesso em: 18/07/2021