



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ
CAMPUS ANGICAL DO PIAUÍ
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO**

CÉSAR BARBOSA NUNES

**UTILIZAÇÃO DA INTELIGÊNCIA COMPETITIVA COMO ABORDAGEM PARA
ORIENTAR DECISÕES EM INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO NAS
EMPRESAS**

ANGICAL DO PIAUÍ

2024

CÉSAR BARBOSA NUNES

UTILIZAÇÃO DA INTELIGÊNCIA COMPETITIVA COMO ABORDAGEM PARA
ORIENTAR DECISÕES EM INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO NAS
EMPRESAS

Projeto de pesquisa apresentado como exigência para aprovação na disciplina Trabalho de Conclusão do Curso de Especialização em Empreendedorismo e Inovação do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, Campus Angical do Piauí.

Orientador(a): Prof. Me. Leonardo Ramon Rego Daltro Lopes.

ANGICAL DO PIAUÍ

2024

UTILIZAÇÃO DA INTELIGÊNCIA COMPETITIVA COMO ABORDAGEM PARA ORIENTAR DECISÕES EM INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO NAS EMPRESAS.

César Barbosa Nunes¹

Leonardo Ramon Rego Daltro Lopes²

RESUMO

O estudo sobre inteligência competitiva tem ganhado na literatura cada vez mais espaço entre os estudiosos da prospecção tecnológica devido ao crescente aumento pela busca de informações precisas e de grande valor que possam oferecer vantagens a quem as possuir. Com base nisso, o presente artigo adotou como objetivo compreender como a utilização da inteligência competitiva como abordagem para orientar decisões em inovação e empreendedorismo nas empresas é estabelecida, e para isso utilizou a revisão de literatura como fonte para obter as informações pertinentes e necessárias ao estudo. Para analisar as informações adquiridas foi utilizada uma análise de conteúdo em relação a subjetividade dos dados encontrados nas três bases de dados utilizadas que foram, Spell, Scielo e Capes, sendo que foi estabelecido um recorte temporal de 10 anos ao se buscar artigos relativos ao tema abordado. Dessa forma, ao analisar os dados encontrados, os resultados apontam que a inteligência competitiva é vista como uma abordagem capaz de captar, produzir e analisar informações sobre o mercado e os concorrentes, no momento atual ou futuro, além de contribuir para o desenvolvimento de novos produtos ou serviços.

Palavras-chave: inteligência competitiva; tomada de decisão; empreendedorismo; inovação.

ABSTRACT

The study of competitive intelligence has gained more and more space in the literature among scholars of technological prospecting due to the growing increase in the search for accurate and highly valuable information that can offer advantages to those who possess it. Based on this, the objective of this article was to understand how the use of competitive intelligence as an approach to guide decisions in innovation and entrepreneurship in companies is established, and for this purpose it used the literature review as a source to obtain the pertinent and necessary information for the study. To analyze the information acquired, a content analysis was used in relation to the subjectivity of the data found in the three databases used, which were Spell, Scielo and Capes, and a time frame of 10 years was established when searching for articles related to the topic. addressed. Thus, when analyzing the data found, the results indicate that competitive intelligence is seen as an approach capable of capturing, producing and analyzing information about the market and competitors, in the current or future moment, in addition to contributing to the development of new products or services.

Keywords: competitive intelligence; decision making; entrepreneurship; innovation.

Data de aprovação: 13/07/2024

¹ Bacharel em Administração. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí. cesarbarbosa94.cb@gmail.com.

² Mestre em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia e Inovação. Universidade Federal do Piauí. leonardo.lopes@ifpi.edu.br.

1 INTRODUÇÃO

Em ambientes competitivos a inteligência é vista como forma de diferenciação pelas organizações devido a sua capacidade de promover operações visando perspectivas futuras por meio da análise de informações (De Andrade; Azevedo, 2018). Assim, a inteligência como objeto de estudo dentro do contexto organizacional tem ganhado destaque no âmbito das pesquisas devido a sua participação no desenvolvimento da acepção da Inteligência Competitiva (IC), que nesse quadro organizacional está sendo empregada como uma ferramenta para auxiliar a administração no prosseguimento para tomada de decisão (Dos Santos Silva *et al.*, 2022).

Nesse contexto, a IC pode ser entendida como um procedimento ético e legal capaz de identificar e coletar informações sobre seus concorrentes e posteriormente analisá-la com intuito de gerar elementos capazes de agregar valor em benefício da organização, reduzindo os riscos no mercado em que atua e auxiliando no processo de tomada de decisão (Rocha; Lopes, 2023). No atual cenário, empresas que temem o crescimento estão perdendo espaço, mesmo com estratégias bem definidas o empreendedor deve estar sempre atento para oportunidades que irão promover uma tomada de decisão a qual poderá garantir-lhe vantagens sobre os seus concorrentes (Lucena; De Castro Vasconcelos; Marcelino, 2022).

Assim o empreendedorismo pode ser visto como uma ampliação da inovação, sendo uma atividade capaz de integrar e transformar elementos de produtividade como capital, matéria-prima e outros, em bens e serviços que alteram as condições ofertadas devido ao seu alto valor agregado (Miyashiro *et al.*, 2023). Dessa forma as organizações necessitam ter competências inovativas que possam adequar-se às transformações do seu ambiente aumentando suas oportunidades, além de promover uma maior capacidade inventiva de seus colaboradores (Moraes; Malischeski; Dandolini, 2023).

Diante disso, o estudo buscará responder o seguinte questionamento: “Como se dá a Utilização da Inteligência Competitiva como Abordagem para Orientar Decisões em Inovação e Empreendedorismo nas empresas?”. No intuito de responder o problema apresentado tem-se como objetivo geral: realizar uma Revisão de Literatura sobre a “Utilização da Inteligência Competitiva como Abordagem para Orientar Decisões em Inovação e Empreendedorismo nas empresas”. Além disso, para alcançar seu objetivo geral torna-se necessário os seguintes objetivos específicos: definir quantos e quais periódicos serão usados para coleta de dados; buscar na literatura a descrição de inteligência competitiva; compreender como a inteligência competitiva é usada para tomada de decisão; definir empreendedorismo e caracterizar inovação.

Portanto, o estudo justifica-se pela oportunidade de contemplar através de uma revisão de literatura como se dá Utilização da Inteligência Competitiva como Abordagem para Orientar Decisões em Inovação e Empreendedorismo nas empresas, sendo este um tema de suma importância para o desenvolvimento de novas formas de tecnologia e crescimento mercadológico do país. Diante disso, o trabalho poderá ser utilizado como fonte de informação por empresas ou pelo setor público para promover o interesse no estudo sobre a IC e as vantagens de utilização.

2 REVISÃO DE LITERATURA

Para melhor respaldar presente trabalho buscou-se interligar conceitos da Ciência da Informação e de Fundamentos da Administração, com o intuito de evidenciar as principais abordagens conceituais sobre a Utilização da Inteligência Competitiva como Abordagem para Orientar Decisões em Inovação e Empreendedorismo nas empresas, à vista disso a revisão de literatura é composta por quatro subtópicos que abordam os seguintes temas: Inteligência Competitiva, Tomada de Decisão, Empreendedorismo e Inovação.

2.1 INTELIGÊNCIA COMPETITIVA

A partir da década de 1970 a IC passou a consolidar-se com seu uso por empresas de grande porte, a partir daí a utilização da IC vem evoluindo e aperfeiçoando-se em um procedimento de influência que vai desde instituí-la como disciplina acadêmica até a implantação de uma nova profissão (Garcia, 2020). Para Ribeiro e Oliveira Junior (2021), a IC é formada por uma cadeia de eventos sucessivos e contínuos de planejamento, coleta, análise e difusão que carecem de suporte técnico, político e de infraestrutura para que possa tornar viável sua aplicação pois cada organização realiza seus procedimentos de forma única visto que subordinam-se aos recursos existentes e aos seus objetivos.

A IC pode ser compreendida como o campo do conhecimento voltado para competição entre as empresas operando em especial no levantamento, análise, divulgação e gerenciamento de informação em um ambiente competitivo (Da Rocha; De Carvalho; De Aguiar Filho, 2021). Dessa forma a IC abre a possibilidade de estabelecer nas organizações uma cultura voltada para a investigação de informações para suprir suas estratégias com o intuito de verificar de forma contínua o ambiente externo (Vidigal; Gonçalves; Silva, 2018).

Molina e Vieira (2021) ressaltam que a IC emprega as informações dos concorrentes de forma estratégica visando obter vantagens competitivas no mercado, sendo capaz de diminuir riscos por meio da antecipação de movimentos da concorrência e da proteção sobre o conhecimento produzido com relação ao mercado através da utilização estruturada das informações adquiridas. Ademais a IC tem como objetivo entender os consumidores, mediadores, dentre outros, e seguidamente ser capaz de gerar novas oportunidades por meio de previsões, visto que o panorama da competitividade está cada vez mais elevado a prospecção torna-se fonte primordial de informação estratégica e escolha de prioridades (Silva; De Vasconcelos, 2021).

Portanto a IC nas empresas é um instrumento vital para sua sobrevivência, com capacidade de torná-la mais competitiva devido ao ambiente de aprendizado contínuo que é promovido pelo atual contexto que a organização está inserida, colaborando para a melhoria do seu desempenho (Dos Santos Silva *et al.*, 2022). Além disso, a IC está focada na exposição das capacidades pertinentes para uma abordagem direcionada à tomada de decisão de forma que os mecanismos essenciais são todos os componentes para criar, manipular e conciliar as informações (Bocardi; Rodrigues; Silvente, 2022).

2.2 TOMADA DE DECISÃO

Devido às recorrentes alterações no cenário econômico e financeiro às instituições empresariais estão sendo compelidas a implantarem em seus processos um maior controle sobre as estratégias relacionadas à tomada de decisão (Júnior; Costas; De Aquino Cabral, 2022). É válido ressaltar que as informações utilizadas

devem ser coletadas e embasadas a partir de dados concretos, pois em diversas circunstâncias elas serão a base para que se tomem decisões (Lucena; De Castro Vasconcelos; Marcelino, 2022).

Portanto, no processo de tomada de decisão as informações sejam elas internas ou externas carecem atender de forma fidedigna ao ambiente no qual a empresa está inserida, devendo perceber as correlações entre as informações que se possui e seu valor para que possa auxiliar com responsabilidade a gestão organizacional (Da Silva; Razzolini Filho, 2023). Deste modo, para que uma decisão seja tomada de forma lógica é preciso racionalidade justificada e adquirida através do conhecimento, mesmo que por uma compreensão prévia, inacabada e modificável, não podendo ser baseada na crença (Terra; Goudard, 2018).

Assim uma decisão pode ser considerada satisfatória quando ao estabelecer-se parâmetros mínimos entre alternativas distintas o resultado da escolha iguale ou supere as condições pré-estabelecidas (Belan; Rauhen, 2022). Ademais, a tomada de decisão constitui-se como um complexo de ações e condições que tem início na definição de um fomento com o comprometimento na utilização de recursos (Bataglia; Yu, 2008).

2.3 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo teve suas principais mudanças relativas a seu estudo durante a década de 1970, assim levando em consideração sua história, seu desenvolvimento na qualidade de pesquisa influenciou diretamente as vicissitudes da sociedade (Garcia; Andrade, 2022). Devido à sua importância, o empreendedorismo é visto como uma conjuntura socioeconômica e científica que instiga atenção por um segmento da academia (Silvestre; Borges; Paula, 2021).

O empreendedorismo habitualmente está associado aos negócios, sendo o empreendedor o indivíduo com capacidade criar uma nova empresa com intuito de obter lucro (Soder et al., 2021), na qual em sua grande maioria possui somente uma visão de futuro, no entanto sem o capital necessário para investir (Patel; Zanella; Kruger, 2023). Assim sendo, o empreendedorismo busca compreender como as oportunidades são identificadas e exploradas para a criação de novos empreendimentos ou bens e serviços que possam agregar valor à sociedade (Brustolin; Pinzeta; Machado, 2022).

Segundo De Melo Costa *et al.* (2023), o empreendedorismo apresenta grande impacto para o desenvolvimento econômico no ambiente no qual está inserido devido sua capacidade de promover inovações e soluções para as necessidades da sociedade. Por conseguinte, o empreendedorismo pode ser entendido como um instrumento com capacidade de dissolver paradigmas financeiros por meio da inovação e criação de novas abordagens em setores da economia (Zimmermann; de Sousa; Pereira, 2023).

Desta forma, ressalta-se a interligação da inovação ao empreendedorismo, sendo um aspecto fundamental na sua construção como um dispositivo capaz de transformar ideias em um produto ou serviço de valor agregado (Arantes *et al.*, 2022). Ademais, a inovação é vista como uma ferramenta capaz de impulsionar o empreendedorismo, visto que em suas abordagens ambas buscam novos meios para elevar o desempenho da organização (Machado; Martens; Kniess, 2023).

2.4 INOVAÇÃO

De acordo com a literatura, a inovação passou a ser vista como uma hipótese que possui sua própria esfera de pesquisa e cujos desígnios estão ligados às empresas e a forma como elas relacionam-se com os outros atores devido sua relevância para o desenvolvimento econômico em um mercado global que se mostra mais volátil e competitivo (Santos *et al*, 2023). Além disso, cabe ressaltar que a inovação está desenvolvendo-se em um ritmo cada vez maior devido ao aumento dos investimentos, e isso vem impactando na produtividade almejada pelas empresas, por esse motivo os países desenvolvidos e em desenvolvimento estão incentivando a prática da inovação (Garcia; Junior; Da Silva, 2023).

De acordo com Gaspar *et al* (2023), a eficiência em inovação é a razão pela qual a vantagem competitiva pode ser alcançada pelas empresas e em função disso técnicas distintas estão sendo aplicadas com intuito de incitá-la. Dessa forma a inovação pode ser compreendida como a aptidão para modificar ideias e através de um processo torná-la real, estando ligada à implementação de um produto ou serviço que seja novo ou consideravelmente melhorado, a um novo processo ou método corporativo e ao marketing (Moraes; Malischeski; Dandolini, 2023).

No que tange aos aspectos da inovação é importante ressaltar que não há um padrão a ser seguido pelas instituições relativo à atividade inovativas, destarte ao utilizar um modelo de inovação a empresa deve analisar se a compatibilidade atende a suas necessidades (Vasconcelos *et al*, 2019). Ademais, os gestores com capacidade inovadora e motivacional proporcionam às empresas a habilidade de ajustar-se para obter o sucesso (Beuren; Mannes, 2023).

3 METODOLOGIA

Na concepção de Lakatos e Marconi (2020) a pesquisa é um estudo elaborado para apurar por meio de métodos científicos problemas de cunho teórico ou prático. Dessa forma a pesquisa pode ser definida como sendo um processo formal para obtenção de conhecimentos sobre uma determinada realidade, além disso, a pesquisa busca por dados em variadas fontes de forma direta ou indireta com o intuito de encontrar uma resposta para a questão demonstrada exigindo-se tratamento científico e pensamento crítico (Medeiros, 2014). A personalidade singular de uma pesquisa é evidenciada mediante sua classificação, demonstrando assim seu valor. Por conseguinte, a pesquisa pode ser classificada como sendo pura, caracterizando-se de acordo com Barros e Lehfeld (1996) por seu intento de aumentar o conhecimento sobre o tema abordado e pela despreocupação imediata de seus benefícios. Ademais, quanto aos seus propósitos mais gerais a pesquisa classifica-se como exploratória pois não apresenta grande aprofundamento sobre o tema estudado e os dados e problemas encontrados podem vir a ser usados em pesquisas futuras (Vieira, 2010). No que tange a natureza do trabalho, a pesquisa é classificada como qualitativa, dado que sua premissa parte da identificação de padrões e relações entre os dados obtidos com a finalidade de revelar através de interpretação seus significados (Appolinário, 2011).

Para melhor alcance da pesquisa foi necessário obter informações sobre o problema pesquisado, para isso utilizou-se a pesquisa bibliográfica que é estruturada essencialmente a partir de material já disseminado, o que permite ao pesquisador explorar um amplo contingente de publicações que estejam ao alcance da pesquisa (Gil, 2019). Para analisar os dados obtidos utilizou-se uma análise de conteúdo que dá importância à relevância o qual conteúdo abordado apresenta com o objetivo de compreender o tema a partir de outra realidade (Lakatos; Marconi, 2020). Dessa

forma, para conseguir os dados necessários a pesquisa bibliográfica sobre IC fez-se uso das seguintes bases de dados: Spell, Scielo e Capes sendo utilizada uma amostra composta por 9 artigos selecionados nas 3 bases, com um corte de temporalidade entre 2014 e 2024, sendo as principais fontes de informações para estruturar o estudo. Dito isso, para selecionar os artigos correspondentes a cada objetivo foram utilizadas as seguintes palavras-chave: inteligência competitiva, tomada de decisão, empreendedorismo e inovação.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Após a leitura e análise dos artigos selecionados e que compuseram a amostra final do estudo é possível fazer as seguintes ponderações relacionadas a Utilização da Inteligência Competitiva como Abordagem para Orientar Decisões em Inovação e Empreendedorismo nas empresas.

Os artigos encontrados foram selecionados nas bases de dados Spell, Scielo e Capes e correspondem especificamente em quantidades distintas, contudo essa diferença não diminuiu sua importância para a pesquisa. Desta forma, a relação de artigos encontrados em cada periódico relacionado a IC pode ser estabelecida da seguinte forma: na plataforma da Spell foram encontrados 67 artigos, na Scielo 21 artigos e na Capes 619 artigos, totalizando 707. Dentre todo o contingente de artigos, os 9 artigos selecionados foram escolhidos por meio de leitura e análise de seu conteúdo e relevância para o estudo, entretanto cabe ressaltar que esses 9 artigos correspondem apenas uma amostra da totalidade.

Partindo do pressuposto que a IC é capaz de analisar o cenário no qual a empresa está inserida para gerar informações relevantes, é perceptível que há um consenso no que diz respeito a como sua utilização corrobora para a tomada de decisão, sendo atualmente um componente vital no mercado do conhecimento devido a sua alta procura por gestores que primam por obter informações precisas e confiáveis e de alto valor agregado na presente era da informação. Dito isso, para que as organizações se mantenham competitivas a informação que a IC apresenta proporciona à organização a capacidade de reavaliar suas rotinas e procedimentos, além disso, essa técnica promove maior conhecimento sobre os concorrentes que também atuam como fontes de informação capazes de modificar o mercado de atuação no segmento no qual a organização atua, assim a IC é capaz de promover a partir de suas análises ações estratégicas para proteger o conhecimento gerado sobre o mercado através de uma melhor utilização das informações concebidas o que ajuda a mitigar riscos.

Contudo, é válido ressaltar que dentro desses aspectos relacionados a IC pouco se falou da sua integração com outras ferramentas de planejamento estratégico que auxiliam as organizações a analisar cenários e a tomar decisões como a matriz swot, benchmarking, entre outras que possuem relevância para compreensão do mercado, e que podem através de suas ações complementarem ou trazer novas informações que auxiliem a IC e a organização a perceberem novas perspectivas relativas ao ambiente externo e interno. Ademais, ao utilizar um sistema que proporciona a empresa a convergência e união de mecanismos que possibilitem a criação de vantagens competitivas, disseminação e proteção de informações, em vista do aumento da concorrência por novos entrantes no mercado, determinará o sucesso na tomada de decisão estratégica na organização, visto que a informação atualmente é o insumo mais importante para o crescimento das empresas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa teve como finalidade conhecer “como se dá a utilização da inteligência competitiva como abordagem para orientar decisões em inovação e empreendedorismo nas empresas”, buscando entender a forma como essa utilização é estabelecida em benefício da organização. No que tange o objetivo geral desse estudo ele foi alcançado ao compreender que a IC é vista como sendo um método de investigação do cenário no qual a empresa está inserida, com a capacidade de captar e produzir informações que proporcionam vantagem competitiva à empresa a partir do desenvolvimento de novos produtos ou serviços de valor agregado baseados em suas inquirições, além disso, tem uma percepção ampla sobre a movimentação no mercado concorrente devido a sua aptidão a conhecer os potenciais investimentos nos quais seus concorrentes estão dispostos a investir para crescer no mercado.

Quanto aos objetivos específicos de “definir quantos e quais periódicos serão usados para coleta de dados; buscar na literatura a descrição de inteligência competitiva; compreender como a inteligência competitiva é usada para tomada de decisão; definir empreendedorismo e caracterizar inovação”, todos foram completamente alcançados dentro da abordagem estabelecida na composição do artigo, levando em consideração que forma apresentados claramente na revisão de literatura.

Conclui-se que o presente estudo conseguiu atingir seu objetivo, visto que abordou de forma clara “como se dá a utilização da inteligência competitiva como abordagem para orientar decisões em inovação e empreendedorismo nas empresas”, bem como estabeleceu de forma evidente como suas principais características. É importante salientar que o trabalho contribui de forma significativa para futuros estudos, entretanto durante a pesquisa notou-se que a IC não é devidamente explorada em conjunto com outras técnicas de análise de mercado podendo ser essa uma nova fonte para pesquisas, além disso a pesquisa inicial poderá ser ampliada para obter-se uma amostra mais significativa e com dados mais concretos.

RERENFÊCIAS

APPOLINÁRIO, Fábio. **Metodologia da ciência**: filosofia e prática da pesquisa. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

ARANTES, Camila Naves *et al.* Impulsionamento da inovação e empreendedorismo em universidade brasileira no contexto da pandemia do Covid-19. **Revista Inovação, Projetos e Tecnologias**, v. 10, n. 2, p. 201-218, 2022.

BARROS, Aidil de Jesus Paes de; LEHFELD, Neide Aparecida de Sousa. **Projeto de Pesquisa**: Propostas Metodológicas – 23. Ed. – Rio de Janeiro: Vozes – 1996.

BATAGLIA, Walter; YU, Abraham Sin Oih. A sincronização da tomada de decisão estratégica com o planejamento estratégico formal. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, p. 82-111, 2008.

BELAN, Andressa; RAUEN, Fabio. MODELANDO TOMADA DE DECISÃO POR TEORIA DE CONCILIAÇÃO DE METAS: UM ESTUDO A PARTIR DAS ETAPAS DE

SIMON. **Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios**, v. 15, n. 2, p. 217-240, 2022.

BEUREN, I. M; MANNES, S. Controles culturais e mídias sociais instigam a inovação organizacional em startups?. **Advances in Scientific and Applied Accounting**, v. 16, n. 3, p. 118-131, 2023.

BOCARDI, Clebia Ciupak; RODRIGUES, Leonel Cezar; SILVENTE, Giseli Alves. Mapeamento dos Níveis de Maturidade Organizacional em Uso de Inteligência Competitiva: Uma Pesquisa Nas 500 Maiores Empresas Sediadas No Brasil. **Revista Inteligência Competitiva**, v. 12, n. 1, p. e0415-e0415, 2022.

BRUSTOLIN, Péricles; PINZETA, Gilberto; MACHADO, Hilka Pelizza Vier. Empreendedorismo e desenvolvimento endógeno: um estudo bibliométrico. **Interações (Campo Grande)**, v. 23, p. 777-799, 2022.

DA ROCHA, Rodrigo Eustáquio; DE CARVALHO, Rodrigo Baroni; DE AGUIAR FILHO, Armando Sérgio. Inteligência Competitiva na Tomada de Decisão: Estudo de Caso em Startups de Belo Horizonte. **Revista Inteligência Competitiva**, v. 11, p. e0377-e0377, 2021.

DA SILVA, Rafael Felix; RAZZOLINI FILHO, Edelvino. Informação e valores no suporte à tomada de decisão: Uma revisão sistemática da literatura no contexto da sustentabilidade empresarial. **Contextus: Revista Contemporânea de economia e gestão**, v. 21, n. 1, p. 1, 2023.

DE ANDRADE, Ítalo Welke; AZEVEDO, Alexander William. Panorama dos métodos de análise de informação para Inteligência Competitiva. **Revista Inteligência Competitiva**, v. 8, n. 1, p. 23-43, 2018.

DE MELO COSTA, Danilo et al. Empreendedorismo e inovação ao redor do mundo: o papel da transformação digital para o desenvolvimento das economias globais. **Revista de Ciências da Administração**, v. 1, n. Especial, p. 1-13, 2023.

DOS SANTOS SILVA, Mayara *et al.* INTELIGÊNCIA COMPETITIVA NAS ORGANIZAÇÕES BASEADAS EM PROJETOS: PROPOSIÇÃO DE UMA INTEGRAÇÃO ENTRE OS CONCEITOS. **Desafio Online**, v. 10, n. 3, 2022.

GARCIA, Lucas Jorge; JUNIOR, Galdenoro Botura; DA SILVA, João Carlos Riccô Plácido. Inovação e estratégia de marketing: uma revisão sistemática. **International Journal of Innovation**, v. 11, n. 3, p. e23150-e23150, 2023.

GARCIA, Leonardo Guimarães. Ensino de inteligência competitiva no apoio à busca do sucesso profissional de graduandos em biblioteconomia e ciência da informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 25, p. 133-170, 2020.

GARCIA, André Spuri; ANDRADE, Daniela Meirelles. O campo de pesquisas do empreendedorismo: transformações, padrões e tendências na literatura científica (1990-2019). **Revista Brasileira de Inovação**, v. 21, p. e022002, 2022.

GASPAR, Marcos Antonio *et al.* Gestão Do Conhecimento E Gestão Da Inovação: Análise Comparativa De Elementos Correlacionados Das Normas ISO. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, v. 13, n. Esp., p. 1-15, 2023.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa** – 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2019.

JÚNIOR, Zacarias Pinheiro Alves; COSTAS, Mario Helder Lopes; DE AQUINO CABRAL, Augusto Cezár. Sistema de controle gerencial (SCG) como suporte à tomada de decisão estratégica: Estudo em uma rede de supermercado no Estado do Ceará. **Contextus: Revista Contemporânea de economia e gestão**, v. 20, n. 1, p. 3, 2022.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico**. – 8. Ed. – São Paulo: Atlas, 2020.

LUCENA, Wenner Glaucio Lopes; DE CASTRO VASCONCELOS, Marco Tullio; MARCELINO, Gileno Fernandes. A evidenciação das informações contábeis geradas pelas micro e pequenas empresas no processo decisório: Um estudo no setor de confecções. **REUNIR Revista de Administração Contabilidade e Sustentabilidade**, v. 1, n. 1, p. 35-51, 2011.

MACHADO, Débora; MARTENS, Cristina Dai Prá; KNISS, Cláudia Terezinha. Empreendedorismo Inovador:: Proposição de um Framework Conceitual Integrativo. **Revista de Administração, Sociedade e Inovação**, v. 9, n. 1, p. 41-66, 2023.

MEDEIROS, João Bosco. **Redação científica**: a prática de fichamentos, resumos e resenhas. 12- Ed. São Paulo. Atlas, 2014.

MIYASHIRO, Marianna Konyosi *et al.* Empreendedorismo na economia circular: uma revisão sistemática em ciclos de materiais e modelos de negócios. **Cadernos EBAPE. BR**, v. 21, p. e2021-0210, 2023.

MOLINA, Ana Carolina; VIEIRA, Valter Afonso. Os efeitos da inteligência competitiva na eficiência de vendas: a experiência do gestor e dispersão da inteligência competitiva. **RECADM**, v. 20, n. 3, p. 586-601, 2021.

MORAES, MTB; MALISCHESKI, K.; DANDOLINI, GA Gestão Do Conhecimento e Inovação Organizacional: Uma Revisão Integrativa. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, v. Esp., pág. 1-16, 2023.

PATEL, Kelly Katiuça; ZANELLA, Cleunice; KRUGER, Silvana Dalmutt. Efetividade dos eventos de inovação e empreendedorismo. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 17, n. 2, p. 159-176, 2023.

RIBEIRO, Anna Carolina Mendonça Lemos; OLIVEIRA JUNIOR, Almir de. Inteligência competitiva: revisão sistemática da produção nacional. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 26, p. 74-95, 2021.

ROCHA, I.; LOPES, L. L. S. O Processo de Implementação da Inteligência Competitiva em uma Organização de Serviços. **Revista Inteligência Competitiva - RIC**, v. 13, n. 1, p. 0-0, 2023.

SANTOS, David Ferreira Lopes *et al.* O impacto dos sistemas regionais de inovação no desempenho financeiro das empresas no Brasil. **Interações (Campo Grande)**, v. 24, p. 1021-1038, 2023.

SILVA, Mayara Santos; DE VASCONCELOS, César Ricardo Maia. Informação prospectiva: estratégia de ação no comércio informal do vestuário. **Revista de Gestão e Secretariado (Management and Administrative Professional Review)**, v. 12, n. 3, p. 64-88, 2021.

SILVESTRE, Juliane; BORGES, Alex F.; PAULA, Verônica AF. Empreendedorismo estratégico: exploration, exploitation e ambidestria em cervejarias artesanais de Uberlândia, MG. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 23, 2021.

SODER, Rafael Marcelo *et al.* Empreendedorismo entre estudantes de graduação em enfermagem de uma universidade pública. **Revista Brasileira de Enfermagem**, v. 75, 2021.

TERRA, Fábio Henrique Bittes; GOUDARD, Gustavo Chagas. Incerteza, tomada de decisão, hábito e instituição: uma possível articulação entre keynesianos e neoinstitucionalistas. **Economia e Sociedade**, v. 27, p. 713-742, 2018.

VASCONCELOS, Etienne Unias de *et al.* Inovação aberta em companhias de saneamento básico brasileiras. **Revista Eletrônica de Administração**, 2019.

VIERA, José Guilherme Silva. **Metodologia de pesquisa científica na prática** - Curitiba: Editora Fael - 2010.

VIDIGAL, Frederico; GONÇALVES, Carlos Alberto; SILVA, Joaquim Ramos. Inteligência competitiva e capacidade de inovação: uma análise de uma indústria de classe mundial no setor automotivo de veículos pesados. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 23, p. 206-220, 2018.

ZIMERMANN, Marisa Motta; DE SOUSA, Rúbia Elza Martins; PEREIRA, Cristina Horst. Empreendedorismo, desafios e conquistas: as mulheres que atuam no setor turístico em Dourados-MS. **Revista de Turismo Contemporâneo**, v. 11, n. 2, 2023.