



Inteligência competitiva e competência em informação em *startups*

Competitive Intelligence and Information Literacy in startups

Luciana Cristina Leite

Doutoranda em Ciência da Informação pela
Universidade Estadual Paulista Júlio de
Mesquita Filho (UNESP).
luciana.leite@unesp.br

Regina Célia Baptista Belluzzo

Doutora em Ciência da Comunicação pela
Universidade de São Paulo (USP). Docente nos
Programas de Pós-graduação em Ciência da
Informação e em Mídia e Tecnologia na Universidade
Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP).
rbelluzzo@gmail.com

RESUMO

Em ambientes mercadológicos competitivos e complexos, as *startups* são modelos de negócios que atuam para detectar e antecipar-se às oportunidades ainda não alcançadas por outras organizações e buscam apoio nos ecossistemas de inovação para aprender, se desenvolver e alcançar seus resultados. Ela atua em ambientes de extrema incerteza e são altamente dependentes de informações de mercado, sugerindo-se que a informação seja um elemento indissociável de suas estratégias. Nesse sentido se faz necessário que esses modelos de negócios sejam subsidiados por informações estratégicas e que sejam inteligentes e competentes em informação para alcançarem vantagens competitivas. O presente trabalho é parte de pesquisa em desenvolvimento, como foco no estudo de caso da Agência Inova Centro Paula Souza – Inova CPS, que tem por objetivo identificar e demonstrar as características de Competência em Informação (CoInfo) e Inteligência Competitiva (IC) e seu papel estratégico nas ações desenvolvidas nos ambientes *startup*, que estejam apoiadas na Agência Inova CPS. Como resultados preliminares esperados, buscou-se identificar características de IC e CoInfo nos documentos contidos no site da Inova CPS, sendo possível delinear, por meio de quadro teórico, possíveis relações entre as atribuições dos Agentes Regionais de Inovação da Inova CPS e a inter-relação proposta por Santos (2014) entre os Padrões de Competência em Informação de Belluzzo (2007) e o Modelo de Inteligência Competitiva de Cinco Fases de Angeloni et al. (2001).

Palavras-chave: *Startups*. Inteligência Competitiva. Competência em Informação.

ABSTRACT

In competitive and complex marketing environments, startups are business models that work to detect and anticipate opportunities not yet reached by other organizations and seek support in innovation ecosystems to learn, develop and achieve their results. It operates in environments of extreme uncertainty and are highly dependent on market information, suggesting that information is an inseparable element of its strategies. In this sense, it is necessary that these business models are subsidized by strategic information and that they are intelligent and competent in information to

achieve competitive advantages. The present work is part of research in development, focusing on the case study of Agency Inova Centro Paula Souza - Inova CPS, which aims to identify and demonstrate the characteristics of Competence in Information (CoInfo) and Competitive Intelligence (IC) and its strategic role in the actions developed in the startup environments, which are supported by the Inova CPS Agency. As expected, results, we sought to identify characteristics of CI and CoInfo in the documents contained in the Inova CPS website, making it possible to outline, through a theoretical framework, possible relationships between the attributions of Inova CPS Regional Innovation Agents and the interrelationships of Belluzzo's Information Literacy Standards (2007) with the Five-Phase Competitive Intelligence Model by Angeloni et al. (2001) established by Santos (2014).

Keywords: Startups. Competitive intelligence. Information Literacy.

1 INTRODUÇÃO

A diversidade e a complexidade dos ambientes em que estão inseridas as organizações contemporâneas, têm impulsionado as mesmas a lançarem mão de diferentes estratégias para responderem de forma positiva as transformações ocorridas ao longo dos anos. Há de se considerar que o desenvolvimento e uso das tecnologias, da informação e da comunicação, ajudaram a criar comportamentos, oportunidades e desafios antes não alcançados pelas organizações (PATEL et. al, 2014) proporcionando a elas diferentes cenários que necessitam estar em constante análise.

É nesse sentido que a Inteligência Competitiva (IC) vem subsidiar as organizações em suas estratégias competitivas, pois consiste num processo que investiga e monitora informações estratégicas nos diferentes ambientes. Essas informações quando acessadas, analisadas e interpretadas, podem se transformar em conhecimento para as organizações tomar suas decisões de curto, médio e longo prazo, bem como agregar valor às suas estratégias e alavancar suas vantagens competitivas (VALENTIM, 2003; ROSENBUSCH; BRICKMANN; BAUSCH, 2011). Porém entende-se que, para que os benefícios da IC possam ser mais bem atingidos, é preciso que suas lideranças sejam competentes em informação e que a competência em informação (CoInfo) esteja inserida em suas estratégias, pois ela proporciona conhecimentos para acessar, analisar e utilizar a informação em diferentes contextos (BELLUZZO; FERES, 2013) e com isso proporcionar às organizações a utilização efetiva dos recursos informacionais para antecipar-se às oportunidades e ameaças dos ambientes complexos e competitivos.

As *startups* são estruturas de negócios que atuam para detectar e antecipar-se às oportunidades ainda não alcançadas por outras organizações. Elas são reconhecidas como modelos de negócios empreendedores que possuem um caráter inovador, cujo tempo de

vida útil é definido e que estão inseridas num ambiente de extrema incerteza (BLANK; DORF, 2014).

Consideradas embrionárias e de estrutura enxuta, as *startups* são arranjos organizacionais que passam por diferentes estágios de desenvolvimento, que promovem constantes trocas de informações e que precisam decidir nas suas diferentes fases. Elas utilizam de forma intensiva a tecnologia, em especial as tecnologias da informação e a Internet (ABSTARTUPS, 2020) e são ainda altamente dependentes de informações de diferentes ambientes para validar suas ideias, sugerindo-se que o uso da informação é totalmente indissociável de qualquer estratégia competitiva que possa ser adotada por elas.

Entretanto, tais fatores podem se configurar com um desafio e um ponto crítico para os empreendedores *startups*, visto que nem sempre o empreendedor possui um conhecimento sólido para enfrentar os desafios e a complexidade dos ambientes em que pretendem atuar. Diante disso, é comum que as *startups* estejam inseridas em ecossistemas de inovação, que são ambientes onde diferentes agentes, públicos e privados, estabelecem uma rede que direciona esforços para o desenvolvimento de diferentes frentes e programas para o estímulo à inovação (SEBRAE, 2016).

Nesses ecossistemas os empreendedores são subsidiados por diferentes agentes e equipes multidisciplinares, que se articulam para construir cenários favoráveis à aprendizagem de forma colaborativa. Essas ações são geralmente alicerçadas no uso da informação e na construção do conhecimento do empreendedor *startup* nas diferentes fases do seu modelo de negócio (SPINOSA et al., 2015), cabendo aos seus executores centrar toda e qualquer ação, na realidade desses arranjos e de seus processos.

As *startups* são arranjos organizacionais que estão inseridas em ambientes de alta complexidade e competitividade, que proporcionam dinâmicas que geram diferentes informações, que são recursos estratégicas para as *startups* em seus diferentes estágios e processos. Essa realidade suscita ações que possam subsidiar as startups em Inteligência Competitiva, pois adotando-se a IC ela pode contribuir para suprir as organizações de informações, que devem ser utilizadas de forma inteligente para obter-se vantagem competitiva (ANGELONI; FIATES, 2013). Desse modo, entende-se que a utilização da IC como ferramenta no gerenciamento estratégico da informação no âmbito das *startups* está associada às competências e habilidades necessárias para o efetivo uso dos recursos informacionais, estabelecendo-se conexões entre IC e CoInfo. Com base nessas reflexões,

o presente trabalho apresenta a seguinte questão problema: os elementos de IC e a CoInfo estão presentes nas práticas dos agentes dos ecossistemas, para o desenvolvimento de ações em apoio às *startups*?

O presente trabalho é parte de pesquisa em desenvolvimento, como foco no estudo de caso da Agência Inova Centro Paula Souza – Inova CPS, que tem por objetivo identificar e demonstrar as características de Competência em Informação (CoInfo) e Inteligência Competitiva (IC) e seu papel estratégico nas ações desenvolvidas nos ambientes *startup*, que estejam apoiadas na Agência Inova CPS. De modo específicos, busca-se construir teoricamente a inter-relação entre a CoInfo, IC em ambientes de aprendizagem e de aceleração de *startups*; observar e analisar a influência da CoInfo e IC para a aprendizagem das *startups* mediante as ações desenvolvidas no projeto Inova CPS; contribuir com subsídios à compreensão das inter-relações entre CoInfo e IC na forma de diretrizes apoiada em modelagem e a sua aplicação em ambientes de aprendizagem e aceleração de *startups*.

Os procedimentos metodológicos envolvem, preliminarmente, uma revisão de literatura para construção do referencial teórico, com enfoque qualitativo, sobre Inteligência Competitiva, Competência em informação e *startups* utilizando, ainda, o método de estudo de caso junto à Agência Inova CPS, iniciando-se com uma pesquisa documental a partir de informações e documentos digitais disponibilizados no site da Agência, com o objetivo de identificar possíveis conexões entre CoInfo, IC e práticas desenvolvidas no âmbito da Agência Inova CPS. Resultados obtidos até o momento com o desenvolvimento da pesquisa são apresentados permitindo inferências de importância para o alcance dos objetivos propostos.

2 INFORMAÇÃO, INTELIGÊNCIA COMPETITIVA E COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO

No atual ambiente competitivo, a informação apresenta elevado valor nas atividades gerenciais das diferentes organizações. Não por acaso, as informações decorrentes das interações e ações dessas organizações passaram a ser objeto de preocupação e ganharam uma dimensão de grandiosidade e importância em processos de decisões e, conseqüentemente, nas ações estratégicas das próprias organizações (WOIDA; VALENTIM, 2013).

A informação assume importância nas organizações no momento que é percebida, por seus líderes, como um recurso competitivo e capaz de gerar melhorias na performance geral da organização. Quando a informação é usada nesses ambientes, elas podem gerar diferentes percepções sobre os ambientes e suas mudanças, fundamentar as decisões, agregar valor aos negócios, ou seja, ela é importante para a criação, implementação e avaliação de qualquer estratégia e, não se ter acesso a ela, significa não ter parâmetros para identificação de alternativas e na tomada de decisão estratégica (BEAL, 2011). Pode-se assim dizer, que organizações que administram eficientemente a informação possui um recurso estratégico fundamental para a maximização da qualidade do processo decisório (VITAL; FLORIANI; VARVAKIS, 2010).

Nesse contexto, torna-se importante compreender como as organizações se articulam para utilizar estrategicamente a informação, bem como identificar se seus líderes são competentes para prospectar, gerenciar e aplicar a informação como um diferencial competitivo em suas ações e tomadas de decisão. No campo do desenvolvimento competitivo das organizações, a Inteligência Competitiva (IC) contribui efetivamente para o alcance desses resultados uma vez que subsidia o processo decisório. Na mesma proporção o desenvolvimento e aplicação da competência em informação (CoInfo) se estabelece como uma ação a favor das tomadas de decisão nas organizações contemporâneas.

2.1 INTELIGÊNCIA COMPETITIVA (IC)

A utilização da informação nas organizações é considerada primordial para o desenvolvimento de seus processos, uma vez que subsidia diversas atividades inerentes à sua função enquanto organização. Diante disso, tão fundamental quanto reconhecer a importância da informação para as atividades organizacionais, reside também o de se compreender como esta colabora na construção do conhecimento competitivo nas organizações, assim como subsidia o processo decisório. Para tanto, estabelece-se aqui a relação entre IC e processo decisório.

Nesse aspecto, Inteligência Competitiva (IC), possui uma estreita relação na construção do conhecimento organizacional, no uso eficaz da informação e conseqüentemente no uso assertivo dessa informação. É uma facilitadora do processo de formulação estratégica, da qual compreende as atividades de suporte à organização na

interpretação de informações a respeito dos ambientes, de modo a antecipar oportunidades e ameaças por meio de processos analíticos, gerando recomendações para aqueles que decidem nas organizações (BUZZERIO; MARCONDES, 2014). Pode-se assim dizer, que a IC se configura como uma forma de captar e organizar e trabalhar a informação formal e informal do ambiente organizacional com o intuito de transformá-la em insumo para o processo decisório, constituindo-se em modelo e processo de gestão da informação, de pessoas e de tecnologia (MILLER, 2002; WOIDA; VALENTIM, 2013; BUZZERIO; MARCONDES, 2014).

Por meio de processos investigativos, a IC permite o monitoramento de diferentes ambientes, que geram informações estratégicas e inteligência para as organizações. Ao reunir essas informações e analisá-las, cria-se conhecimento novo e com valor agregado (TARAPANOFF, 2004), que quando apropriado pelos sujeitos organizacionais, pode ser usado para subsidiar suas decisões, delinear suas estratégias com o mínimo de riscos, bem como gerenciar oportunidades a partir da assertividade.

É importante destacar as diferentes etapas que permeiam a IC e de como os processos auxiliam na geração do conhecimento, já que para Woida e Valentin (2013) esses processos são constituídos de uma sequência lógica de atividades. Nesse sentido, Angeloni e Fiates (2013) identificaram o que seria o ciclo de inteligência, baseado em cinco etapas: a definição dos objetivos da Inteligência Competitiva, o mapeamento das informações, a armazenagem das informações, a análise das informações e a distribuição das informações. As etapas da IC descrevem como as organizações utilizam-se da informação e do conhecimento como elementos base para a tomada de decisão. Desse modo:

A primeira fase refere-se à definição dos objetivos da Inteligência Competitiva, os quais são informar sobre mudanças no ambiente; identificar oportunidades e ameaças de mercado. A segunda fase consiste no mapeamento das informações, o qual está estruturado em três etapas: identificação das necessidades das informações das organizações, identificação das fontes de informações e monitoramento das informações. A terceira fase é o armazenamento de forma segura e acessível para alcançar a quarta fase, que consiste na análise das informações e determinar o impacto potencial dos fatos detectados, isto é, agregar valor às informações identificadas como relevantes. A quinta fase, é distribuir os produtos de Inteligência Competitiva, por meio da disseminação das informações e análises realizadas, às pessoas certas para que possam diante da realidade de suas organizações agir estrategicamente (ANGELONI; FIATES, 2013)

Partindo do pressuposto de que as ações de IC subsidiam o processo decisório nas organizações, é preciso considerar que esse processo consiste na necessidade de se decidir pelas melhores alternativas sobre um problema relacionado ao seu contexto. Assim, decisão é o processo de escolha da melhor alternativa ou a que mais beneficiará a organização (CERTO, 2005). Neste caso, pode-se dizer que o processo decisório se baseia na interpretação da informação organizacional, que por sua vez baseia-se nas habilidades e competência da organização e de seus colaboradores no tratamento e entendimento dessa informação e de como esta pode ser explorada para a construção de decisões assertivas.

2.2 COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO (COINFO)

É importante reconhecer que a sociedade contemporânea está em constante transformação e que diferentes cenários resultantes dessa realidade têm proporcionado desafios em vários contextos para as diferentes organizações, fazendo-as refletir e decidir a partir de diferentes perspectivas.

Em ambientes cada vez mais dinâmicos, antecipar-se às diferentes situações é uma vantagem para as organizações e nesse sentido, as informações decorrentes de diferentes atividades tem sido recursos estratégicos para elas, pois quando gerenciadas e utilizadas de forma eficiente, elas geram processos com foco em resultados e com informações consistentes em favor de seu processo decisório e ganho de vantagens competitivas. Nesse sentido, a Competência em Informação (CoInfo) é uma ferramenta de apoio às organizações, que se constitui uma ferramenta estratégica para que os gestores possam tomar decisões assertivas e possam agregar valor aos serviços prestados aos clientes (YAFUSHI, 2020).

A Competência em Informação ou *Information Literacy* como é reconhecida internacionalmente, envolve aspectos em como lidar com a informação, o que fazemos com ela e como a usamos. É um aprendizado ao longo da vida, focado na interpretação, que pode ser tanto pessoal quanto social. Em termos práticos, os resultados de um novo conhecimento são procedimentos que podem ser avaliados com a aplicabilidade legal e ética ao cotidiano das pessoas e das comunidades no decorrer de suas vidas, à compreensão da informação e da abrangência da Competência em Informação (BELLUZZO; FERES, 2013).

De acordo com Beluzzo (2018) “a CoInfo surge como uma área da Ciência da Informação, relacionando-se com diferentes áreas e subáreas específicas” e é um processo que visa desenvolver/aprimorar capacidades e habilidades para aplicar a informação na prática no que diz respeito à construção de conhecimento, resolução de problemas e tomada de decisões em todos os âmbitos da vida (SANTOS; BELLUZZO, 2015).

Para Ottonicar, Valentim e Feres (2016), a competência em informação é a competência relacionada ao manejo da informação, ou seja, a competência em diagnosticar as próprias necessidades informacionais; conhecer as fontes adequadas; saber elaborar estratégias de busca; saber realizar a busca nos recursos tecnológicos existentes, saber filtrar e selecionar as informações relevantes e usar/aplicar corretamente as informações.

Considerando as contribuições da CoInfo para o gerenciamento da informação, é importante destacar que diferentes diretrizes foram elencadas para se estabelecer padrões e indicadores de performance em informação, tanto em âmbito nacional quanto internacional. No âmbito internacional, menciona-se, por exemplo, as Diretrizes sobre Desenvolvimento de Habilidades em Informação (DHI), elaborada pela *International Federation of Library Associations and Institutions* (IFLA).

Em âmbito nacional, Belluzzo (2007) contempla os padrões e indicadores utilizados como parâmetros norteadores, utilizando diferentes níveis, compreendendo desde o Padrão 1 ao Padrão 5, com indicadores de desempenho e resultados desejáveis “[...] em programas de desenvolvimento de competência em informação e competência midiática”, que verificam a necessidade da informação, o seu acesso, sua avaliação crítica, e o seu uso na busca por resultados efetivos (BELLUZZO, 2007, p.95-103).

Quadro 1- Padrões e indicadores para uso da Competência em Informação

Padrão 1 – A pessoa competente em informação determina a natureza e a extensão da necessidade de informação
Padrão 2 – A pessoa competente em informação acessa a informação necessária com efetividade
Padrão 3 – A pessoa competente em informação avalia criticamente a informação e as suas fontes
Padrão 4 - A pessoa competente em informação, individualmente ou como membro de um grupo, usa a informação com efetividade para alcançar um objetivo/obter um resultado.
Padrão 5 – A pessoa competente em informação compreende as questões econômicas, legais e sociais da ambiência do uso da informação e acessa e usa a informação ética e legalmente.

Fonte: Belluzzo, 2007

Desse modo, o reconhecimento de pessoas competentes em informação contribui para o desenvolvimento de diferentes capacidades e habilidades para lidar com processos informacionais, resultando no desenvolvimento de diferentes organizações.

De modo geral, nos ambientes das organizações empresariais cujos focos são estratégicos, evidencia-se a necessidade do acesso e uso da informação e a IC e a CoInfo são dimensões que contribuem para o uso eficiente das informações, bem como facilitam o processo de tomada de decisões assertivas. Dessa forma, pode-se considerar que sua aplicabilidade contempla diferentes organizações, estabelecendo-se assim a necessidade de estudos que viabilizem o entendimento do aporte teórico sob diferentes perspectivas, inclusive nos ambientes *startups*.

2.3 AS *STARTUPS* E OS ECOSISTEMAS DE INOVAÇÃO

O contexto atual, marcado pelo avanço da tecnologia e da informação, tem sido propício ao empreendedorismo (DORNELLAS, 2021) e aliado à inovação, tem gerado uma tendência empreendedora crescente, que desafia os empreendedores na construção de novos modelos de negócios, que estejam baseados na exploração de novas oportunidades e que, ao mesmo tempo, favoreça a ruptura no mercado atual. O conceito de *startups*, é um modelo de negócios crescente no Brasil, representa essa realidade e tem se destacado em diversos campos do conhecimento.

Startup é o termo utilizado para designar a empresa que nasce a partir de um modelo de negócio ágil e enxuto, que oferece uma solução escalável para o mercado, tendo como ferramenta principal, a tecnologia. Seu foco é gerar valor para seu cliente, a partir da resolução de um problema do mundo real (ABSTARTUP, 2020). Para Ries (2012), as *startups* são empresas ou instituições humanas que se constroem nos mais diversos ramos, surgindo espontaneamente no risco e incerteza e tendo em sua essência a inovação para criar produtos e serviços os quais pretendem revolucionar o mercado.

A criação de uma *startup* ocorre a partir de uma oportunidade de mercado, o que já de imediato a difere dos modelos tradicionais de negócios, que geralmente se iniciam a partir de necessidades de negócios (LIGA INSIGHTS, 2021). Embora atuem em ambientes de incertezas e sem qualquer previsibilidade de sustentação, sua atratividade está centrada nas soluções criativas e inovadoras que possam desenvolver para solucionar os

diferentes problemas de seus clientes, além das possibilidades do acesso a uma solução inovadora, de baixo custo e altamente escalável (GITAHY, 2018).

Quanto ao desenvolvimento das *startups*, estas passam por diferentes fases que resultam em desafios para os empreendedores, desde a concepção do modelo de negócios até a sua maturação. São quatro fases de desenvolvimento de uma *startup*: (i) a primeira fase é a ideação, que é pautada na criação da solução e na sua validação; (ii) a segunda fase é a de operação, onde busca-se o a expansão e crescimento para atrair investimentos; (iii) a terceira fase é a de tração, que é onde ela atinge a sua maturidade; e (iv) a quarta fase de *scale-up* que significa atingir índices expressivos de crescimento.

Normalmente, todos esses processos são marcados por um ritmo acelerado onde um espaço de cinco anos, pode representar seu nascimento, desenvolvimento e consolidação de uma *startup* (RIES 2012). É nesse mesmo período, que somente 1 a cada 4 *startups* sobrevive aos primeiros cinco anos de vida, e isso pode estar associado a diversos fatores, que podem decorrer do ambiente interno (recursos, capacitação, competência etc.) assim como do ambiente externo (riscos, concorrentes, incertezas etc.) (ABSTARTUPS, 2019).

Nessa perspectiva, é comum que a trajetória de um *startup* esteja vinculada à ecossistemas de inovação, que são ambientes compostos por diferentes agentes que constituem uma rede complexa e dinâmica de relacionamentos que podem contribuir para a promoção do empreendedorismo e da inovação (SPINOSA; SCHLEMM; REIS, 2015) e, conseqüentemente, para a sobrevivência de uma *startup*.

Esses ambientes são formados pela colaboração de diferentes agentes dos quais fazem parte universidades, parques tecnológicos, aceleradoras, fundos de investimentos, empresas, governos e as próprias *startups* que se articulam para que ocorra, dentro dos ecossistemas, a colaboração em prol da inovação e do desenvolvimento econômico da região em que estão inseridas (MEZZOMO, 2020).

As inúmeras vantagens para uma *startup* ao inserir-se em um ecossistema de inovação, residem nos fatos de que esses ambientes são propícios à construção do conhecimento e na transformação desse conhecimento em inovação, e que isso resulta da aprendizagem colaborativa promovida nesses ambientes (SPINOSA et al., 2015). Além do mais, alguns dos agentes desses ecossistemas trabalham especificamente para o desenvolvimento e aprendizagem das *startups* e promovem diferentes ações para

subsidiá-las em seus diferentes estágios de desenvolvimento, como é o caso das aceleradoras.

As aceleradoras fomentam ações que visam subsidiar as *startups* no planejamento e a criação do modelo de negócios, no desenvolvimento e na manutenção de diferentes competências e habilidades necessárias aos empreendedores, assim como a estruturação de ações que as visam o alcance de vantagens competitivas, fatores esses essenciais para sustentar a sobrevivência das *startups* nas suas diferentes fases de desenvolvimento.

Isso ocorre, por se reconhece a importância de se proporcionar ambientes favoráveis à formação e ao crescimento competitivo das *startups*, que respeite suas características, bem como os fatores críticos dos ambientes em que estão inseridas, além de esses modelos de negócios possuem características peculiares que as diferem, em vários contextos, de empreendimentos considerados maduros e que já atuam em ambientes conhecidos, e com abundância de conhecimentos (FUNDAÇÃO DOM CABRAL, 2015).

Considerando o fato de que elas estão imersas em ambientes de alta imprevisibilidade, ambiguidade e incertezas, o conhecimento já adquirido por outras organizações, resultantes de suas práticas, podem nem sempre ser aderentes ao contexto das *startups*, sugerindo a construção de um aporte informacional, de conhecimentos e de inteligência que seja mais adequado a realidade delas e, em seus diferentes processos. Desse modo, é importante estabelecer as conexões entre diferentes processos que possam subsidiar essa construção de conhecimento, sendo as ações de Inteligência Competitiva (IC) e de Competência em Informação (Confo) importantes nas ações que envolvem Processo Decisório.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Optou-se por desenvolver um estudo de natureza exploratória e qualitativa, com enfoque no estudo de caso da Agência Inova CPS, organização selecionada por se configurar como uma entidade promotora de ações para desenvolvimento do empreendedorismo, cujas ações não ainda não foram exploradas em estudos científicos.

O estudo apoia-se em Yin (2010) e, primeiramente, desenvolveu-se uma revisão bibliográfica para a construção do referencial e que evidenciam as temáticas de inteligência competitiva, competência em informação e *startups*, buscando identificar as

inter-relações entre as temáticas pesquisadas, em sustentação aos objetivos estabelecidos na pesquisa. Essa etapa, proporcionou a identificação de inter-relações entre IC e CoInfo, a partir das contribuições de Santos (2014), que estabelece a Inter-relação dos Padrões de Competência em Informação de Belluzzo (2007) com o Modelo de Inteligência Competitiva de Cinco Fases de Angeloni et al. (2001), que foram importantes para subsidiar as etapas que se seguem. Na sequência, procedeu-se à realização de pesquisa documental, que se caracteriza pela pesquisa “[...] de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa” (GIL, 2008, p.51). Ao pesquisador, neste caso, cabe a tarefa de encontrar, selecionar e analisar de forma exaustiva os documentos, extraindo todas as pistas capazes de lhes fornecer informações que servirão de base aos seus estudos (CELLARD, 2008). Desse modo, explorou-se as informações contidas no site oficial da Agência Inova CPS que é onde está centrada toda comunicação do projeto, destinando-se à divulgação das ações propostas e realizadas pela Agência. Objetivou-se, primeiramente, identificar como estão estruturadas as ações da INOVA CPS e posteriormente identificar, nos documentos oficiais publicados no site, indicações que remetem a possíveis relações entre as ações desenvolvidas pela INOVA e os elementos de IC e CoInfo, com apoio em referencial da Inter-relação dos Padrões de Competência em Informação de Belluzzo (2007) com o Modelo de Inteligência Competitiva de Cinco Fases de Angeloni et al. proposto por Santos (2014). A escolha recaiu sobre essa proposta por apresentar elementos e fatores em sua composição que se acham em estreita relação com a pesquisa em foco, sendo que como resultado dessa etapa, foi possível delinear e apresentar quadro teórico que contempla a existência de inter-relações de CoInfo e IC com as atribuições dos Agentes Regionais de Inovação da Inova CPS. Por se tratar de pesquisa em desenvolvimento, esclarece-se que as demais etapas, as quais compreendem os procedimentos recomendados por Yin (2010) serão devidamente realizadas e seus resultados apresentados oportunamente.

4 A AGÊNCIA INOVA CPS: UMA CARACTERIZAÇÃO PRELIMINAR

A Agência de Inovação INOVA Paula Souza – INOVA CPS, que é ligada a Assessoria de Inovação Tecnológica do Centro Paula Souza (CPS), foi criada por meio da Deliberação CEETEPS-6, de 25/11/2010 – publicada no Diário Oficial do Estado de São Paulo de 26 de novembro de 2010, e com o propósito de gerir as políticas de inovação do Centro Paula

Souza, nos termos previstos nos Incisos III e IV, Artigo 2º, da Lei Complementar nº 1049/2008. A Agência tem a missão de “promover políticas de inovação e coordenar ações dirigidas ao desenvolvimento de parcerias com as empresas, com o setor público e com as instituições de ciência e tecnologia” (INOVA CPS, 2021). Para tanto, seus objetivos estratégicos estão centrados na ampliação de oportunidades de interação entre Centro Paula Souza e diferentes agentes dos sistemas produtivos e do desenvolvimento da ciência e da pesquisa, para canalizar demandas da sociedade e promover a cultura da inovação e o empreendedorismo.

Para conhecimento das ações da Agência Inova CPS, o site oficial é o ambiente em que está concentrada a maior parte das informações e documentos de acesso público, como informações sobre as ações desenvolvidas no âmbito da agência, editais e seus resultados, assim como informações sobre os principais atividades e responsáveis pela condução dos processos desenvolvidos.

As ações da INOVA CPS estão direcionadas para um Programa denominado Trilha do Empreendedorismo e Inovação, que tem por objetivo a promoção da cultura do empreendedorismo e desenvolvimento de ecossistemas de inovação em regiões do Estado de São Paulo em que estão inseridas as unidades escolares (UEs), formadas pelas escolas técnicas e faculdades de tecnologia do Centro Paula Souza. Essas ações contam com a parceria e colaboração de diferentes agentes públicos e privados dos setores de educação, tecnologia e produtivo. O principal propósito da Trilha do Empreendedorismo, que é desenvolvida em três etapas (Quadro 2), é a de promover ambientes a aprendizagem, para estímulo da criatividade para a geração de modelos de negócios sustentáveis, com viabilidade técnica, com potencial de mercado e que possam se estabelecer como futuras *startups* (CPS, 2021).

Quadro 2 - Trilha do Empreendedorismo e etapas operacionais.

Trilha do empreendedorismo	Chamada Pública	Seleção dos empreendedores	Ações propostas pela Inova CPS
Etapa 1- Escola de inovadores	Edital de convocação publicado no site	Submissão de projeto de intenção de modelo de negócios	Aprendizagem em ambiente virtual e monitoria com equipe multidisciplinar
Etapa 2- Vitrine Inova	Edital de convocação publicado no site	50 Modelos de negócios concluídos e selecionados na Fase 1	Exposição dos modelos de negócios selecionados na Fase 1 em vitrine virtual e monitoria com equipe multidisciplinar

Etapa 3 – Acelera Inova	Edital de convocação publicado no site	10 Modelos de negócios concluídos e selecionados na Fase 2	Acumulação dos modelos de negócios selecionados na Fase 2 e monitoria com equipe multidisciplinar.
--------------------------------	--	--	--

Fonte: Site Institucional Inova CPS - 2021.

Todo as práticas apresentadas nas Trilhas do Empreendedorismo são conduzidas e desenvolvidas por equipes de Agentes Regionais de Inovação (ARI), que conta com um quadro multidisciplinar de professores do Centro Paula Souza, que são coordenadores de projetos e que tem a função de atuarem como ARI nas regionais do estado de São Paulo nas quais suas unidades sedes (de vínculo do professor) estão inseridas. O Quadro 3 descreve as principais atribuições do ARI para desenvolvimento das ações propostas nas Trilhas do Empreendedorismo.

Quadro 3 – Atribuições dos Agentes Regionais de Inovação

	Atribuições do Agente Regional de Inovação
Agentes Regionais de Inovação	<p>I. Reunir-se com Gestores das unidades dos CEETEPS/Coordenadores de Curso/Coordenadores Pedagógicos da sua regional;</p> <p>II. Promover o desenvolvimento de ambientes de inovação e empreendedorismo nas unidades da sua regional, bem como de parcerias estratégicas com incubadoras de empresas, centros de inovação e parques tecnológicos localizados em seu entorno socioeconômico;</p> <p>III. Estimular o relacionamento cooperativo com empresas, organizações e com o Governo Local visando a promoção de parcerias colaborativas para o desenvolvimento da criatividade;</p> <p>IV - Realizar capacitações docentes em assuntos específicos no âmbito do empreendedorismo e inovação de acordo com as diretrizes da Direção da INOVA CPS;</p> <p>V. Identificar as propostas de projetos desenvolvidos nas unidades com potencial de negócios;</p> <p>VI. Transferir informações da INOVA CPS às unidades;</p> <p>VII. Suporte ao atendimento de projetos das unidades;</p> <p>VIII. Organizar Eventos conforme as diretrizes da INOVA CPS;</p> <p>IX. Ter conhecimento de todos os projetos com empresas existentes em cada unidade da sua regional, bem como obter informações do número de empresas atendidas;</p> <p>X. Identificar as áreas de conhecimento/especificidade da regional que atua;</p> <p>XI. Auxiliar na execução e consecução de projetos de empreendedorismo da sua regional, como: <u>Escola de Inovadores, Eventos de Empreendedorismo e Inovação.</u></p>

Fonte: Site Institucional Inova CPS (2021).

O ARI desempenha um importante papel nos cumprimentos das diretrizes da Inova CPS, atuando em campo como intermediário entre a Agência, as UEs e as entidades parceiras, bem como na sensibilização, orientação e direcionamento do público-alvo em nas etapas de desenvolvimentos dos programas das trilhas do Empreendedorismo.

Portanto, pode-se considerar que o ARI é o profissional diretamente associado ao processo de aprendizagem dos empreendedores, devendo mobilizar conhecimentos e competências para alcançar os objetivos nas diferentes fases de desenvolvimento dos modelos de negócios.

4.1 BREVES CONSIDERAÇÕES SOBRE A ANÁLISE DO AMBIENTE DO SITE INSTITUCIONAL DA INOVA CPS

Ao observar o ambiente do site, foi possível construir o universo de pesquisa e identificar o público-alvo para a pesquisa em desenvolvimento. No entanto, considerando o objetivo desse estudo, verificou-se que a organização das informações no ambiente tem um caráter mais informativo e não apresenta aspectos descritivos e consistentes que permitam apresentar quais são as ações e os objetivos traçados para que a Agência consiga cumprir seus objetivos que entre eles, está a de subsidiar empreendedores na modelagem de seus negócios.

Porém, a partir das informações constantes no quadro de atribuições dos Agentes Regionais de Inovação, foi possível identificar elementos de CI e estabelecer padrões de CoInfo e indicadores de desempenho que podem ser atreladas às atribuições. Para tanto, os Quadros 4, 5 e 6 foram elaborados a partir da organização das atribuições dos agentes, sendo criados três grupos de análises: atribuições relacionadas à identificação dos ambientes, atribuições relacionadas às mentorias e as atribuições relacionadas ao processo de comunicação.

Quadro 4- Atribuições dos Agentes de Inovação – Identificação de ambientes.

Atribuições do Agente Regional de Inovação (ARI)	Fases/Dimensões do Modelo de Inteligência Competitiva de Cinco Fases de Angeloni et al. (2001)	Inter-relação do Inteligência Competitiva de Cinco Fases de Angeloni et al. (2001) com os Padrões de Competência em Informação de Belluzzo (2007)
X. Auxiliar na execução e consecução de projetos de empreendedorismo da sua regional bem como eventos de empreendedorismo e	FASE 1 Objetivos- Definição de informações que deverão ser buscadas, observando o que acontece no mercado relacionado com a organização. Elementos que constituem o Modelo de Inteligência Competitiva	PADRÃO 1- A pessoa competente em informação determina a natureza e a extensão da necessidade de informação. Indicadores de desempenho 1.1.3;1.3.2
		PADRÃO 2- A pessoa competente em informação

<p>inovação propostos pela INOVA CPS.</p> <p>II. Promover o desenvolvimento de ambientes de inovação e empreendedorismo nas unidades da sua regional, bem como de parcerias estratégicas com incubadoras de empresas, centros de inovação e parques tecnológicos localizados em seu entorno socioeconômico.</p> <p>III. Estimular o relacionamento cooperativo com empresas, organizações e com o Governo Local visando a promoção de parcerias colaborativas para o desenvolvimento da criatividade.</p>	<p>Informar sobre mudanças no ambiente.</p> <p>Identificar oportunidades e ameaças de mercado com vistas a alavancar o crescimento.</p> <p>Perceber os movimentos competitivos do mercado possibilitando o planejamento de estratégias competitivas.</p> <p>Viabilizar o gerenciamento das organizações.</p>	<p>acessa a informação necessária com efetividade.</p> <p>Indicadores de desempenho 2.4.2;2.4.3</p> <p>PADRÃO 3 - A pessoa competente informação avalia criticamente a informação e as suas Fontes.</p> <p>Indicador de desempenho 3.3.4</p> <p>PADRÃO 4 - A pessoa competente informação, individualmente ou como membro de um grupo, usa informação com efetividade para alcançar um objetivo/obter um resultado.</p> <p>Indicadores de desempenho 4.1.1 e 4.2</p>
	<p>FASE 3 - Armazenamento de informações: Arquivamento das informações de forma segura é acessível a partir da utilização de tecnologias de bancos de dados eficientes.</p> <p>Elementos que constituem o Modelo de Inteligência Competitiva</p> <p>Armazenamento das informações de forma segura é acessível.</p>	<p>PADRÃO 2 - A pessoa competente em informação acessa a informação necessária com efetividade.</p> <p>Indicador de desempenho 2.5.2</p>
	<p>FASE 4 -Análise das informações: avaliação das informações com valor agregado àquelas de maior relevância gerando o significado e transformando-as em conhecimento a fim de contribuir para o processo de decisão das organizações.</p> <p>Elementos que constituem o Modelo de Inteligência Competitiva</p> <p>Agregar valor às informações identificadas como relevantes.</p>	<p>PADRÃO 3 - A pessoa competente informação avalia criticamente a informação e as suas Fontes.</p> <p>Indicadores de desempenho 33.1; 3.3.3</p>

Fonte: Autoria própria, a partir de Santos (2014); CPS (2021).

Considerando as informações organizadas no Quadro 4, nota-se a presença de elementos de IC nas atribuições II, III, X do Agente Regional de Inovação, quando se sugere que o ARI é o profissional que reconhece o ambiente em que está inserido, bem como observa e identifica as características, as demandas, as tendências e lacunas do seu entorno socioeconômico. Associa-se, de modo específico, as **atribuições II, III e X** do ARI

à **Fase 1 de IC**, pois configura-se em um momento de investigação e familiarização com os diferentes ambientes e que demanda o planejamento de ações com base em informações de fontes diversas reconhecendo-se, a partir dessas informações, a natureza e complexidade dos diferentes cenários mercadológicos. Para tanto, ele deve selecionar, organizar, relacionar e interpretar dados e informações, trabalhando-os contextualizadamente para identificar situações-problema e tomar decisões. Assim, sugere-se serem essenciais ao ARI, para cumprimento das respectivas atribuições, demonstrar as competências representadas nos **Padrões de CoInfo 1,2,3 e 4** e seus respectivos indicadores de desempenho.

Quando 5- Atribuições dos Agentes de Inovação – Subsídios ao usuário

Atribuições do Agente Regional de Inovação (ARI)	Fases/Dimensões do Modelo de Inteligência Competitiva de Cinco Fases de Angeloni et al. (2001)	Inter-relação do Inteligência Competitiva de Cinco Fases de Angeloni et al. (2001) com os Padrões de Competência em Informação de Belluzzo (2007)
<p>V. Identificar as propostas de projetos desenvolvidos nas unidades com potencial de negócios.</p> <p>VII. Suporte ao atendimento de projetos das unidades.</p> <p>IX. Ter conhecimento de todos os projetos com empresas existentes em cada unidade da sua regional, bem como obter informações do número de empresas atendidas.</p>	<p>FASE 2 - Mapeamento das informações: identificação das necessidades de informação da organização, as fontes de informação e o monitoramento dessas informações por meio de busca eficazes.</p>	<p>PADRÃO 1- A pessoa competente em informação determina a natureza e a extensão da necessidade de informação.</p> <p>Indicadores de desempenho 1.1.2;1.1.3;1.1.4;1.2.1</p>
	<p>Elementos que constituem o Modelo de Inteligência Competitiva Identificação das necessidades de informação das organizações. Identificação das Fontes de informação. Monitoramento das informações.</p>	<p>PADRÃO 2- A pessoa competente em informação acessa a informação necessária com efetividade.</p> <p>Indicadores de desempenho 2.1.3;2.2.1;2.3.1;2.4.2;2.4.3</p>
	<p>FASE 3 - Armazenamento de informações: Arquivamento das informações de forma segura é acessível a partir da utilização de tecnologias de bancos de dados eficientes.</p> <p>Elementos que constituem o Modelo de Inteligência Competitiva</p>	<p>PADRÃO 3 - A pessoa competente informação avalia criticamente a informação e as suas Fontes.</p> <p>Indicador de desempenho 3.2.1;3.2.2;3.2.3;3.2.6;3.3.2</p> <p>PADRÃO 2- A pessoa competente em informação acessa a informação necessária com efetividade.</p> <p>Indicador de desempenho 2.5.2</p>

	Armazenamento das informações de forma segura é acessível.	
	FASE 4 -Análise das informações: avaliação das informações com valor agregado àquelas de maior relevância gerando o significado e transformando-as em conhecimento a fim de contribuir para o processo de decisão das organizações. Elementos que constituem o Modelo de Inteligência Competitiva Agregar valor às informações identificadas como relevantes.	PADRÃO 3 - A pessoa competente informação avalia criticamente a informação e as suas Fontes. Indicadores de desempenho 33.1; 3.3.3

Fonte: Autoria própria, a partir de Santos (2014); CPS (2021).

Considerando as informações organizadas no Quadro 5, nota-se a presença de elementos da **Fase 2 de IC** nas **atribuições V, VII, IX e XI** do Agente Regional de Inovação quando se sugere que o ARI é o profissional que deve subsidiar o desenvolvimento de diferentes propostas de projetos, tratando-se de um momento de contato efetivo entre o ARI e o empreendedor. É a partir da interação entre os sujeitos, que podem ser identificadas e avaliadas as necessidades informacionais que venham ser decorrentes de dúvidas ou questões problemas que precisam ser respondidas com base em indicadores precisos e confiáveis. Configura-se, portanto, em um momento em se estabelece a confiança, onde ocorrem a trocas informacionais e a construção de conhecimentos, devendo o ARI agir prontamente e recorrer a conhecimentos desenvolvidos, para elaborar propostas de intervenção solidária e adequada à realidade dos empreendedores. Assim, sugere-se que o ARI deve adotar diferentes estratégias que permitam identificar as lacunas de informação e conhecimento, bem como identificar e/ou utilizar fontes e documentos pertinentes à obtenção de informações desejadas, demonstrando as competências representadas nos **Padrões de CoInfo 1,2 e 3** e seus respectivos indicadores de desempenho.

Quadro 6- Atribuições dos Agentes de Inovação – Comunicação e distribuição da informação

Atribuições do Agente Regional de Inovação (ARI)	Fases/Dimensões do Modelo de Inteligência Competitiva de Cinco Fases de Angeloni et al. (2001)	Inter-relação do Inteligência Competitiva de Cinco Fases de Angeloni et al. (2001) com os Padrões de Competência em Informação de Belluzzo (2007)
<p>I. Reunir-se com Gestores das unidades dos CEETEPS/Coordenadores de Curso/Coordenadores Pedagógicos da sua regional.</p> <p>IV - Realizar capacitações docentes em assuntos específicos no âmbito do empreendedorismo e inovação de acordo com as diretrizes da Direção da INOVA CPS.</p>	<p>FASE 5 - Distribuição das informações: Divulgação por meio de ferramentas de publicação as pessoas certas (diretores gerentes supervisores etc.) para que possam agir estrategicamente dentro da organização.</p> <p>Elementos que constitui um Modelo de Inteligência Competitiva Disseminação das informações.</p> <p>Avaliação do tipo da informação.</p> <p>O custo do meio.</p>	<p>PADRÃO 1- A pessoa competente em informação determina a natureza e a extensão da necessidade de informação Indicadores de desempenho 1.1.2;1.1.3;1.1.4;1.2.1</p>
	<p>FASE 3 - Armazenamento de informações: Arquivamento das informações de forma segura é acessível a partir da utilização de tecnologias de bancos de dados eficientes</p>	<p>PADRÃO 2- A pessoa competente em informação acessa a informação necessária com efetividade Indicadores de desempenho 2.1.3;2.2.1;2.3.1;2.4.2;2.4.3</p>
	<p>PADRÃO 3 - A pessoa competente informação avalia criticamente a informação e as suas Fontes Indicadores de desempenho 3.2.1;3.2.2;3.2.3;3.2.6;3.3.2</p>	
	<p>PADRÃO 4 - A pessoa competente informação, individualmente ou como membro de um grupo, usa informação com efetividade para alcançar um objetivo/obter um resultado. Indicador de desempenho 4.2</p>	
	<p>PADRÃO 5 - a pessoa competente informação compreende as questões econômicas, legais e sociais da ambiência do uso da informação e acessa e usa a informação ética e legalmente. Indicador de desempenho 5.1.1</p>	
<p>PADRÃO 2- A pessoa competente em informação acessa a informação necessária com efetividade Indicador de desempenho 2.5.2</p>		

	<p>Elementos que constituem o Modelo de Inteligência Competitiva Armazenamento das informações de forma segura é acessível.</p>	
	<p>FASE 4 -Análise das informações: avaliação das informações com valor agregado àquelas de maior relevância gerando o significado e transformando-as em conhecimento a fim de contribuir para o processo de decisão das organizações.</p> <p>Elementos que constituem o Modelo de Inteligência Competitiva Agregar valor às informações identificadas como relevantes.</p>	<p>PADRÃO 3 - A pessoa competente informação avalia criticamente a informação e as suas Fontes</p> <p>Indicadores de desempenho 33.1; 3.3.3</p>

Fonte: Autoria própria, a partir de Santos (2014); CPS (2021).

Considerando as informações organizadas no Quadro 6, nota-se a presença de elementos da **Fase 5 de IC** nas atribuições **I e IV** do Agente Regional de Inovação quando se sugere que o ARI é o profissional que se comunica efetivamente com os diferentes sujeitos que atuam diretamente ou indiretamente no projeto. Assim, entende-se que o ARI selecionar, organizar, relacionar e interpretar dados e informações, de modo que possam ser comunicados e trabalhando contextualizadamente, objetivando-se a argumentação consistente para enfrentar situações-problema e tomar decisões. Deve assim demonstrar as competências representadas nos **Padrões de CoInfo 1,2,3,4 e 5** e seus respectivos indicadores de desempenho.

A presença de elementos das **Fases 3 e 4 de IC**, estão presentes em todas as atribuições do ARI, pois entende-se que o agente desenvolve diferentes ações em prol do desenvolvimento do ecossistema e do empreendedor em suas diferentes fases, e que de suas ações resultam diferentes informações que necessitam ser analisadas e registradas, documentadas e armazenadas em diferentes meios, eletrônicos ou físicos, para que possam ser recuperadas e utilizadas pelos diferentes sujeitos em função de suas necessidades no ambiente do projeto.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Até o momento, os resultados obtidos envolvem a realização do levantamento bibliográfico junto às fontes impressas e eletrônicas sobre as temáticas em foco a fim de construir referencial teórico de apoio ao desenvolvimento do estudo de caso, bem como a construção do universo de pesquisa e identificação de público-alvo mediante a pesquisa documental onde se tem buscado também, identificar as características de IC e CoInfo em documentos disponíveis no site institucional da Inova CPS. Os resultados obtidos, a partir desse estudo, permitem estabelecer diretrizes que contribuirão para a aplicação de outros instrumentos de coleta de dados, confirmando ou refutando as informações aqui organizadas.

REFERÊNCIAS

- ABSTARPS. Fases de uma *staturp*. Disponível em: <https://abstartups.com.br/fases-de-uma-startup-saiba-tudo-sobre-cada-etapa/>. Acesso em: 28/08/2020.
- ANGELONI, Maria Teresinha; FIATES, Gabriela G. S. **Gestão do conhecimento**: livro didático. 4.ed. Palhoça: UnisulVirtual, 2013.
- BEAL, Adriana. **Gestão estratégica da informação**. São Paulo: Atlas, 2011.
- BELLUZZO, Regina Célia Baptista. **Construção de mapas**: desenvolvendo competências em informação e comunicação. 2. ed. rev. e ampl. Bauru: Cá Entre Nós, 2007.
- BLANK, Steve; DORF, Bob. **Startup**: manual do empreendedor. Rio de Janeiro: Atlas, 2014
- DISTRITO. São Paulo Tech Report 2020. Disponível em: <https://distrito.me/>. Acesso em: 27/08/2020.
- BUZZERIO, Felipe Gama; MARCONDES, Reynaldo Cavalheiro. A Inteligência Competitiva na Perspectiva de ser uma fonte de vantagem competitiva e suas contribuições estratégicas. **Revista de Ciências da Administração**, v.16, n.40, p. 235-249, 2014.
- DORNELAS, Jose Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 8.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2021.
- FUNDAÇÃO DON CABRAL. **A causa da mortalidade de startups brasileiras**: o que fazer para aumentar as chances de sobrevivência no mercado? Relatório Técnico, Fundação Don Cabral, 2015.
- GITAHY, Yuri. Afinal, o que é uma *startup*? **Revista Exame PME**, 2018. Disponível em: <https://exame.com/pme/o-que-e-uma-startup/> Acesso em: 15 abr. 2021.
- LIGA INSIGHTS. **Entenda o que é uma startup e sua e seu impacto no mercado**. Disponível em <https://insights.liga.ventures/inovacao/o-que-e-startup/>. Acesso em: 12 abr.2001.

MILLER, Jerry Para. **O milênio da inteligência competitiva**. Porto Alegre: Bookman, 2002.
MEZZOMO, Leonardo. **Ecossistemas de inovação**: o que são, quais seus benefícios e como criá-los? Disponível em <https://ventiur.net/ecossistemas-de-inovacao/>. Acesso em: 12 abr. 2021.

OTTONICAR, S. L. C.; VALENTIM, M. L. V.; FERES, G. G. Competência em informação e os contextos educacional, tecnológico, político e organizacional. **Revista Ibero-Americana de Ciência em Informação**, v. 9, n. 1, p. 124-142, 2016.

PATEL, Pankaj, C.; FERNHABER, Stephanie, A.; McDOUGALL-COVIN, Patricia, P.; VAN DER HAVE, Robert. P. Beating competitors to international markets: the value of geographically balanced networks for innovation. **Strategic Management Journal**, v.35, n.5, p.691-711, 2014.

RIES, Eric. **A startup enxuta: the lean startup**. São Paulo: Lua de Papel, 2012. Estava em Times.
ROSENBUSCH, Nina; BRINCKMANN, Jan; BAUSCH, Andreas. Is innovation always beneficial? A meta-analysis of the relationship between innovation and performance in SMEs. **Journal of Business Venturing**, v.26, n.4, 2011, p.441-457.

SANTOS, V. C. B. **Competência em informação na construção da inteligência competitiva nas organizações**: o caso da empresa Mizumo (Pompéia/SP). 2014. 177f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Faculdade de Filosofia e Ciências da Universidade Estadual Paulista (UNESP), Campus de Marília, Marília, 2014.

SPINOSA, Luiz Márcio; SCHLEMM, Marcos Muller; REIS, Rosana Silveira. Brazilian innovation ecosystems in perspective: some challenges for stakeholders. **Revista Brasileira de Estratégia**, v. 8, n. 3, p. 386-400, 2015.

TARAPANOFF, K. Inteligência social e inteligência competitiva 10.5007/1518-2924.2004v9nesp1p11. **Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, n. esp. 1. sem., p. 11-26, 2004. DOI: 10.5007/1518-2924.2004v9nesp1p11 Acesso em: 20 abr. 2021.

VALENTIM, Marta Lígia Pomim. et al. O processo de inteligência competitiva em organizações. **DataGramZero**, v.4, n.3, p. 03, jul. 2003.

VITAL, Luciane Paula; FLORIANI, Vivian Mengarda; VARVAKIS, Gregório. Gerenciamento do fluxo de informação como suporte ao processo de tomada de decisão: revisão. **Informação & Informação**, v. 15, n.1, p. 85 - 103, 2010.

WOIDA, Luana Maia; Valentim, Marta Lígia Pomim. Cultura informacional voltada ao processo de inteligência competitiva organizacional: a relação entre as pessoas, a informação, e as tecnologias de informação e comunicação. In: VII ENANCIB – Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, Marília. **Anais...** 2013.

YAFUSH, Cristiana A. P. **A Competência em Informação e a agregação de valor sob a ótica do cliente**: estudo de caso em ambientes de consultoria. 2020. Tese (Doutorado em Ciência da Informação). Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, São Paulo, 2020.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.