

ANÁLISE DE PROCESSOS INOVATIVOS: ESTUDO DE CASO EM DUAS REGIÕES DO SETOR DE CONFECÇÕES DO SUL DO BRASIL

Cyro Rei Prato Neto ¹
Bruno Miranda dos Santos ²
Jovani Patias ³
Juliane de Freitas Battisti ⁴

Resumo: A competitividade do mercado atual faz com que, as organizações se qualifiquem, mediante a grande competição existente atualmente. O presente estudo tem como objetivo comparar o desempenho de inovação de doze empresas do setor de confecções no estado do Rio Grande do Sul (RS). A pesquisa enquadra-se como qualitativa descritiva, com dados obtidos através de questionários a fim de mensurar o desenvolvimento do setor no interior do estado. O tratamento dos dados coletados, deu-se por meio de estatística descritiva e cálculos percentuais. Os resultados da pesquisa na Região Central, não diferem da situação da Fronteira Oeste, devido as características empresariais serem semelhantes, denotando desconhecimento nos processos de inovações técnicas e organizacionais de produto e serviço. Assim constatou-se a carência de aprimoramento profissional e organizacional nas empresas pesquisadas nestas regiões. Sugere-se para pesquisas futuras, a introdução de outras técnicas de análises mais robustas para analisa os aspectos que tangem a processos de inovação do pequeno empreendedor gaúcho.

Palavras-chave: Inovação; Setor de confecções; Desenvolvimento; Características empresariais.

¹ Universidade Federal de Santa Maria - UFSM - cyroprato@yahoo.com.br

² Universidade Federal de Santa Maria - UFSM - brmiranda10@gmail.com

³ Universidade Federal de Santa Maria - UFSM - jovanipatias@gmail.com

⁴ Universidade Federal de Santa Maria - UFSM - julianedefreitasbattisti@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

O setor têxtil é essencial para a economia do país, visto que representa um dos setores que tem a segunda maior participação no primeiro emprego da população e também gera a maior parte dos empregos da indústria de transformação (BRASIL, 2017). Diante disso, a indústria de pequeno porte abrange atualmente um papel fundamental na economia brasileira, representando 95,5% do número de empresas no país e empregam 42% do pessoal no setor industrial (SEBRAE, 2016).

As companhias que destinam recursos para gestão tecnológica e critérios de inovações no mercado atual de confecções, cada vez mais, a frente para desenvolvimento em inovação é uma ferramenta de grande fomento, sendo necessário o aprimoramento de processos técnicos ocasionando uma luta para as pequenas empresas sobreviverem e se manterem competitivas frente as mudanças políticas e econômicas, caracterizando a globalização acentuada (PELISSARI, 2007). Um fator importante que pode influenciar em possíveis competições internacionais dessas empresas são as inovações tecnológicas, que por sua vez, contribuem para a diminuição do ciclo de vida de processos e produtos. Nesse sentido, estabelecem-se novos critérios na busca para alcançar o nível de outras empresas na competitividade industrial, onde prevalece a inovação, a minimização dos custos e a agilidade na entrega (ROSA, 2016).

De acordo com a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT, 2016), o mercado têxtil de confecção mundial é dos mais dinâmicos, dado que realiza lançamentos constantes de produtos e serviços. Atualmente a Ásia é responsável por 73% do volume total produzido no mundo. Por outro lado, o Brasil ocupa a quarta posição entre os maiores produtores mundiais de artigos de vestuário e a quinta posição entre os maiores produtores de manufaturas têxteis. Embora apresente um baixo índice de desenvolvimento de novos produtos e processos e a baixa qualidade quando comparada com os países líderes do setor (ABIT, 2016).

Nesse contexto, a presente pesquisa tem como justificativa, contextualizar a inovação em empresas de pequeno porte do setor de confecções na região central e fronteira – oeste do estado do Rio Grande do Sul. Frente a este cenário norteou-se a problemática desta pesquisa para a seguinte questão: empresas de confecções da região central e fronteira oeste estariam investindo em inovação para se tornarem mais competitivas perante o mercado? Frente a esta indagação o estudo delinhou-se como objetivo de comparar o desempenho de inovação de doze empresas do setor de confecções no estado do Rio Grande do Sul. Os resultados deste estudo permitem que, os empreendedores das micro e pequenas empresas, tenham oportunidades de conhecer o que acontece sobre as tecnologias e inovações introduzidas nas empresas e a diversidade de pesquisas científicas que tratam desse tema. (PEREIRA et al., 2009).

Neste trabalho, primeiramente, descreve-se a revisão teórica como método de pesquisa, abordando a inovação em microempresas familiares, metodologia abordada. Em seguida, apresentam-se as considerações sobre a relevância dos resultados do estudo relacionado à inovação tecnológica. Logo após, são apresentadas as conclusões e sugestões para trabalhos futuros.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Consideram-se microempresas e empresas de pequeno porte, conforme artigo 3º da Lei Complementar 123/2006, a sociedade empresária que esteja devidamente registrada no Registro de Empresas Mercantis ou no Registro Civil de Pessoa Jurídica caso seu faturamento no ano-calendário a sua receita bruta não ultrapasse R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais) no caso de microempresa e de R\$ 2.400.000,00 (dois milhões e quatrocentos mil reais) no caso de empresa de pequeno porte, desse modo as micro empresas geralmente estão ligadas ao modo de empresa familiar.

Na visão de Verstraete (2000), há uma dificuldade para se definir empresa familiar, no contexto tradicional, estas são consideradas se a gestão ou controle está nas mãos de um membro de uma mesma família. Em geral, os estudos sobre empresas familiares (WESTHEAD; COWLING, 1998) consideram que a propriedade, a gestão, a sucessão ou a intenção de passar o bastão, definem uma empresa como familiar. Culturalmente a pequena empresa tem sua administração alicerçada na figura de seu proprietário-fundador

Para a gestão tecnológica e inovação, encontram-se propostas de práticas que ajudam as companhias no processo de inovação (VELHO, 2011). A inovação surge por meio da implementação de técnicas de gestão que inovam produtos, processos, e também os serviços prestados pela empresa, ocorrendo em uma diversidade de formas e possuindo diferentes tipos, compete-se à inovação com aguardo de lucros mais elevados, embora esta expectativa não pode ser garantida. Pode-se salientar que tanto, as gestões tecnológicas como a inovação tecnológica, em primeiro lugar, impulsionam a empresa em adotar capacidade de reagir com rapidez para as mudanças que ocorrem rapidamente.

Portanto, as empresas necessitam de uma gestão voltada a inovação, assim, as inovações estratégicas, são centradas na otimização do processo (TIDD; BESSANT; PAVITT, 2005). Também agregam valor extra ao produto ou serviço, quando oferecem uma mudança significativa para o cliente ou usuário da inovação. A inovação pode ser conceituada como o uso de um novo conhecimento tecnológico de mercado com a finalidade de oferecer um novo produto ou serviço aos clientes. Por exemplo, um produto pode ser novo ou quando seus atributos são melhorados pode dizer que foi inovado. Para Tálamo (2002), a inovação pode ser entendida como o processo que objetiva transformar as oportunidades em novas ideias e colocá-las amplamente em prática (BESSANT; TIDD; PAVITT, 2005). Fomentar o processo de pesquisa e desenvolvimento (P&D) de novos produtos nas pequenas e médias empresas (PME), elevando o grau de inovação na empresa familiar é como método principal na etapa de formação de novas ideias de mercado (TROILO, 2014), os autores ainda afirmam que, setores como marketing, comercial, também fazem parte do conglomerado de ideias no desenvolvimento de produtos, assim como as bases gerenciais e tecnológicas contribuindo para cultura organizacional empresarial.

Embora existam várias definições de cultura organizacional, normalmente pode ser definida dentre um conjunto de normas, atitudes, valores e comportamento que formam a identidade central de uma unidade de organização (DENISON, 1984). Desse modo, executando um papel fundamental na definição do clima de trabalho, perfil de líderes, designação de estratégias e comportamento organizacional de processos na permeando possibilidades de inovações organizacionais na empresa (LAFORÉ, 2016).

Inovar em processos técnicos é uma forma de enxugar despesas, direcionar investimentos, aumentar produtividade, reduzir custos (SEBRAE, 2016). Destaca-se, que a melhoria dos processos consiste em alterações que buscam maior eficiência, qualidade, flexibilidade ou um tempo de resposta menor. Frente a esse cenário inovador de processos técnicos, a padronização da produção industrial, atuando na maximização do tempo e diminuição dos custos e perdas, exercem um papel fundamental para a pequena empresa sobreviver no mercado. Inovação de serviços é um processo colaborativo que envolve uma rede diversificada de colaboradores na criação de propostas de valor, fundamentadas de maneira inovadoras a integrar recursos (ÅKESSON et al., 2016). No mesmo sentido, a criação de valor não está restrita a clientes e colaboradores, passando a estar em uma esfera macro de valor, incluindo interações entre clientes, tecnologias de informação e comunicação (PHAAL; FARRUKH; PROBERT, 2004).

3 METODOLOGIA

Um estudo de caso apenas tipificando um determinado indivíduo de uma organização

institucional ou comunitária, como centros industriais, comerciais, bairros entre outros (BARROS; LEHFELD, 2010). Sendo assim, o objetivo desta pesquisa se mantém em comparar o desempenho de inovação de doze empresas do setor de confecções no estado do Rio Grande do Sul. O método contempla subsídios para utilizar fundamentos científicos em um estudo de caso, como entrevistas, questionários e observações que buscam compreender melhor um fenômeno contemporâneo (YIN, 2005). O estudo é caracterizado como exploratório e descritivo, possuindo uma abordagem qualitativa em primeiro momento, devido a coleta de dados por entrevista em relação a variáveis linguísticas, na segunda etapa classifica-se como quantitativa, pois ocorre a análise descritiva e estatística dos dados obtidos no trabalho.

Os questionários foram aplicados para um gestor de cada empresa analisada, sendo que 12 organizações, 6 da Fronteira Oeste e 6 do Centro do Estado, fizeram parte do estudo. Todas as empresas estão classificadas como de pequeno porte, conforme critérios estabelecidos pelo SEBRAE. O questionário foi elaborado com base nos critérios do Núcleo de Extensão Produtiva e Inovação do Rio Grande do Sul (NEPI, 2016). Para realização do estudo, faz-se necessário estabelecer critérios bastante objetivos, com propostas de perguntas que conduzam facilmente às respostas de forma simples (GIL, 2010). Quanto à abordagem qualitativa, este método é mais subjetivo, envolvendo a análise e a reflexão das percepções para que se possa obter o conhecimento referente ao presente estudo. Em síntese, é uma análise mensurada das variáveis (BARROS; LEHFELD, 2010). A análise e interpretação dos dados, deu-se por meio do software Microsoft Excel, onde foram desenvolvidas as análises estatística e os cálculos dos percentuais.

A metodologia é a busca por identificar da melhor maneira possível, determinados dados de pesquisa, não almejando a solução, mas delineando a pesquisa da forma mais segura, a vigor científico e literário, para contribuir da melhor maneira a academia científica (BARROS; LEHFELD, 2010; GIL, 2010). Nesse sentido, a realidade da perspectiva das pequenas empresas do setor de confecções quanto a questões de inovação, enquadrou-se esta pesquisa de forma metodológica qualitativa a partir de um estudo de caso. Por intermédio de um questionário relacionado com o Benchmark relacionando o instrumento da pesquisa com as 4 dimensões da inovação (Processo Técnico, Organizacional, Produto, Serviço) limitadas pelo autor.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nesta seção serão abordados os resultados dos dados obtidos no decorrer da pesquisa, elaborada mediante as entrevistas de Benchmark em empresas de pequeno porte (Quadro 1), com enfoque em inovação de processo técnico, organizacional, produto e serviço nas regiões de fronteira e centro do estado do RS.

Quadro 1 - Processo de captação dos dados dimensões do Benchmark em inovação.

Benchmark - Inovação

A) Inovação Processo Técnico	Conectado diretamente ao processo produtivo, porcentagem de retrabalho realizado e a porcentagem de pedidos entregues dentro do prazo
B) Inovação Organizacional	Questões inseridas na implementação de sistemas de gestão de qualidade assim como, a existência de linhas orientadas para o cliente ou produto na produção
C) Inovação em Produtos	Relacionada a porcentagem de colaboradores que trabalham em pesquisa e desenvolvimento, assim como, e também a porcentagem do volume de negócios de novos produtos impactam no ano vigente
D) Inovação em Serviços	O volume de negócios proveniente de serviços, também a existência do serviço relacionado ao produto novo nos últimos três anos

Fonte: Elaborado pelos autores (2017).

Faz-se necessário que o saber agir, engajar, mobilizar recursos, assumir responsabilidades, aprimorar a visão estratégica associando esses verbos a competência, cabe ao empreendedor possuir a iniciativa. Diante do exposto neste cenário, busca-se de alguma maneira mensurar quais critérios estão presentes em relação a inovação, nas regiões que a pesquisa foi desenvolvida.

4.1 INOVAÇÃO DE PROCESSO TÉCNICO NA FRONTEIRA OESTE E CENTRO DO ESTADO

Abrangendo a questão quantitativa, nota-se que, as duas regiões carecem em soluções voltadas para o retrabalho de produtos, no entanto, destinam maior atenção para prazos de entrega dos pedidos. Estas informações estão expostas na Figura 1.

Figura 1 - Inovação processo técnico nas regiões estudadas.



Fonte: Elaborado pelos autores (2017).

O presente estudo ressalta que, no critério inovação de processo técnico no setor de confecções, faz-se necessário a análise da Figura 1, denota-se que, a região Fronteira Oeste, possui um índice geral baixo, havendo uma única empresa com 15%, mas no Centro do Estado o cenário segue o mesmo, com o seu maior potencial de 10%. Diante da análise voltada para o processo técnico, a Figura 2, revelando os índices de entregas de produtos dentro do prazo estabelecido.

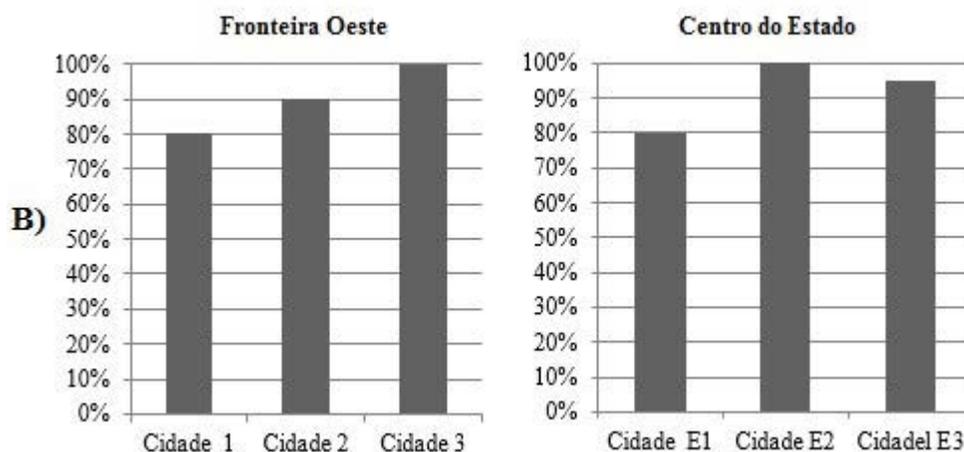


Figura 2 - Entrega dos produtos nos prazos estabelecidos.

Fonte: Elaborado pelos autores (2017).

Analisando o segundo cenário representado por “B”, nota-se que as empresas pesquisadas nas regiões se comprometem em entregar os pedidos dentro do prazo estabelecido com o cliente, deixando claro que a responsabilidade com o cumprimento das datas de entregas é um dos fatores mais importantes para as organizações pesquisadas nas duas regiões.

4.2 INOVAÇÃO ORGANIZACIONAL NA FRONTEIRA OESTE E CENTRO DO ESTADO

Ao analisar o critério organizacional em indústrias de pequeno porte na região Central, nota-se que as empresas pesquisadas em sua grande maioria não designam maiores atenções à inovação organizacional, em grande parte não possuindo um sistema de gerenciamento de qualidade em suas unidades, margeando possibilidades de prejuízo em retrabalhos nos produtos. No entanto, as companhias de confecções possuem linhas orientadas para o cliente ou produto na produção e montagem, evidenciando que o critério organizacional. Na região Fronteira Oeste, dentre as empresas consultadas, apenas uma investe em sistemas de gerenciamento de qualidade, mostrando estar em um aprimoramento constante frente a concorrências. Na região central, o cenário repete-se com a maioria das empresas que fazem parte deste estudo não possuindo sistemas de gerenciamento da qualidade em sua produção.

A situação da inovação organizacional das regiões estudadas, vão ao encontro inversamente proporcional do que argumenta (CLEGG; RHODES; KORNBERGER, 2007) sobre as empresas voltadas para identidades organizacionais que sofrem um processo entre a diferença temporal e espacial. O presente estudo revela que as companhias têxteis desenvolvem poucas ações voltadas para a inovação organizacional, ou seja, muitas vezes dispõem de sistemas de gestão obsoletos que não abastecem com informações que possam agregar à gestão organizacional.

4.3 INOVAÇÃO DE PRODUTO NA FRONTEIRA OESTE E CENTRO DO ESTADO

Inovação de produto em uma companhia é de suma importância em uma gestão industrial, pois toda a pesquisa e desenvolvimento agrega valor ao produto oferecido no mercado, ajudando a entender a escolha dos clientes e as tendências da globalização do mercado. A Figura 3 apresenta a situação atual da Fronteira Oeste e do Centro do estado em termos de inovações de produtos.

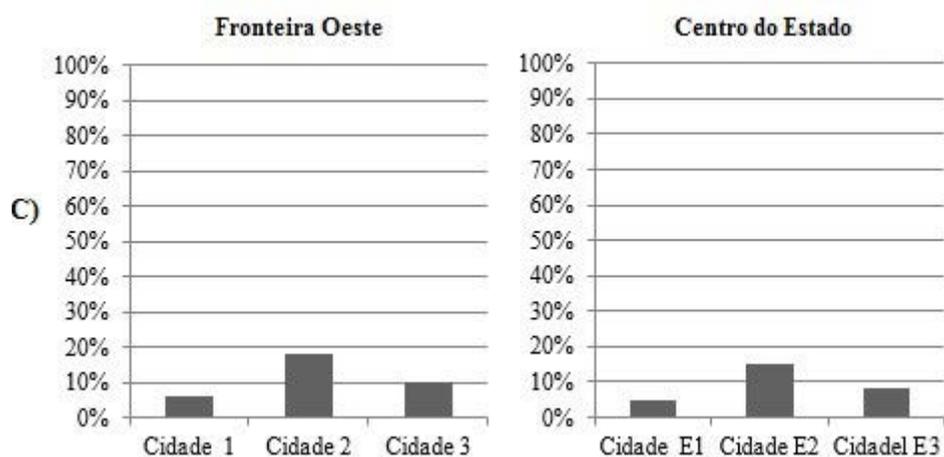


Figura 3 - Inovação de produtos por localidade.

Fonte: Elaborado pelos autores (2017).

Percebe-se que em ambas regiões, faz-se uso dos seguinte dados alcançados como vislumbra-se a cima, na Fronteira Oeste a pesquisa em desenvolvimento e/ou engenharia no primeiro cenário letra “C”, denota seu maior potencial com 18%, frente a este item que exerce um papel fundamental no desempenho de uma companhia no mercado, analisando os dados da região Central, verifica-se que o estudo em pesquisa e desenvolvimento de produto também é baixo, apresentando 15% nas empresas pesquisadas.

Observou-se que, o segundo cenário representado por “D” (Figura 4), identifica-se que na região Fronteira Oeste o índice considera-se baixo em relação ao volume de negócios de produtos novos no ano vigente, nesta região o seu maior potencial com 35%, entretanto, a região central possui uma empresa destaque com 60% de volume de negócios de produtos novos.

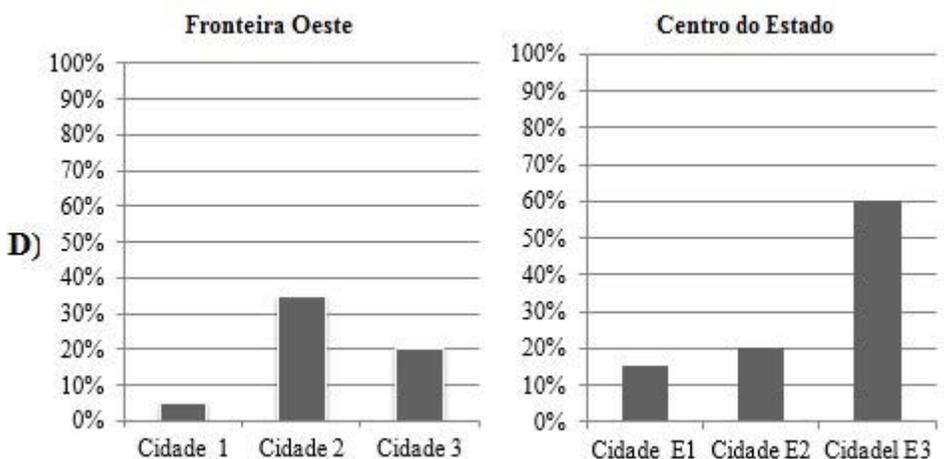


Figura 4 - Índice de volume de negócios proveniente de novos produtos no último ano.

Fonte: Elaborado pelos autores (2017).

Vale ressaltar que duas empresas não realizam atividades de pesquisa e desenvolvimento em cooperação com organizações de pesquisa externa na região Central, por outro lado, duas empresas da região Fronteira Oeste direcionam atenção para a especificação dos clientes, denota-se que o pedido de produtos especiais abrange a maioria das empresas pesquisadas, ao analisar os produtos novos no mercado a maioria das empresas pesquisadas lançam produtos novos na região da Fronteira Oeste.

4.4 INOVAÇÃO DE SERVIÇO NA FRONTEIRA OESTE E CENTRO DO ESTADO

Diante de inovação em serviços pode-se afirmar, que este critério exige uma organização empresarial em harmonia com outros setores, contribuindo para isso o serviço estando junto ao produto, para oferecer um atendimento e pós-venda diferenciado para seus clientes, e um plano proficiente diferenciado a seus colaboradores. Ao destinar recursos e conhecimento nesta área o microempresário familiar, capacita-se a mensurar novos mercados e motivar seus colaboradores.

Identifica-se na Figura 5 que a região Fronteira Oeste possui uma empresa destaque com 95% de volumes de negócios relacionados ao serviço, no entanto na região central nota-se que seu maior potencial indica 50% no mesmo item.

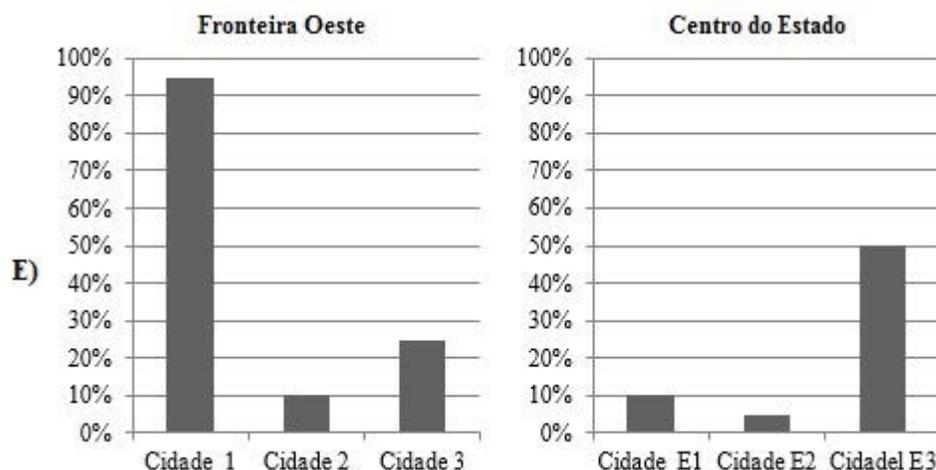


Figura 5 - Inovação de serviços.

Fonte: Elaborado pelos autores (2017).

Inovação e serviço na região Fronteira Oeste identifica que, duas das empresas pesquisadas não oferecem aos seus clientes serviços relacionados com o produto, totalmente novos, nos últimos três anos, margeando problemas, podendo perder número de clientes. O serviço na região Central possui os mesmos números da região anterior, ou seja, duas empresas desta região não oferecem aos seus clientes serviços relacionados com o produto, nota-se uma falta de conhecimento das empresas pesquisadas no assunto de serviços, relacionados ao produto, deixando de almejar melhores índices em uma situação inversa.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa desenvolveu-se na região central e fronteira oeste do RS, desenvolvendo-se no setor de confecções, como objetivo de comparar o desempenho de inovação de doze empresas do setor de confecções no estado do Rio Grande do Sul. A justificativa do trabalho é compreender porque o setor não tem maior visibilidade econômica nessas regiões, possuindo capacidade de empregar um número maior de colaboradores e desenvolver estas áreas.

A base dos resultados alcançados no desenvolvimento da pesquisa, observa-se que existem empresas nas duas regiões que, de maneira singular, investem em inovação, como de fato acontece na empresa da cidade “1” da Fronteira Oeste, em relação à inovação em serviços, chegando a alcançar mais de três vezes a diferença para outra concorrente da mesma região. Em inovação de produto, salienta-se que, a Região Central possui um destaque dentre as duas regiões, uma empresa da cidade “E3” alcança um índice de 60% de investimentos em inovação nesse setor, estando em evidência ao comparar com a outra região.

O estudo revela que o investimento em inovação, fomenta uma melhor viabilização de desempenho empresarial da companhia, almejando melhores mercados e tornando-se uma empresa de maior competitividade frente ao mercado onde atua. Para a reestruturação radical das atividades do negócio, é necessário que todos estejam comprometidos com as atividades, com o desempenho e com o resultado esperado na implementação de ações que fomenta a inovação, para atingir os objetivos almejados pela organização no espaço de tempo desejado.

Foram coletados os dados das empresas vinculadas ao Corede de cada região, no âmbito dos pesquisadores não foram encontradas limitações de pesquisa, pois, o levantamento dos dados em relação das regiões é de conhecimento dos pesquisadores. Enfatiza-se que, o estudo realizado possui condições de contribuir em novas pesquisas acadêmicas denotando os dados levantados para uma futura pesquisa no âmbito de inovação no setor de confecções do interior gaúcho.

Pode-se justificar a importância da pesquisa em relação ao conhecimento gerado aos gerentes de empresas da região, com a finalidade de aumentar a competitividade das empresas. Além disso, mostrar a academia científica, o quanto é importante o conhecimento de como gerenciar uma organização, quando inovar o produto e serviço e quanto investir nessa inovação.

ANALYSIS OF INNOVATIVE PROCESSES: CASE STUDY IN TWO REGIONS OF THE SECTOR OF CONFECTIONERIES OF SOUTHERN BRAZIL

Abstract: The competitiveness of the current market makes the organizations to qualify, through the great competition that exists today. The present study aims to compare the innovation performance of twelve companies in the garment industry in the state of Rio Grande do Sul (RS). The research is classified as qualitative descriptive, with data obtained through questionnaires in order to measure the development of the sector in the interior of the state. The treatment of the collected data was done through descriptive statistics and percentage calculations. The results of the research in the Central Region do not differ from the West Frontier situation, due to the similar characteristics of the company, denoting ignorance in the technical and organizational innovations of product and service. Thus, the lack of professional and organizational improvement in the companies surveyed in these regions was verified. It is suggested for future research, the introduction of other more robust analysis techniques to analyze the aspects that touch upon the innovation processes of the small Rio Grande do Sul entrepreneur.

Keyword: Innovation; Clothing industry; Development; Business Features.
Resumen

ANÁLISIS DE PROCEDIMIENTOS INNOVANTES: ESTUDIO DE CASO EN DOS REGIONES DEL SECTOR DE CONFECCIONES DEL SUR DEL BRASIL

Resumen: La competitividad del mercado actual hace que las organizaciones se califiquen mediante la gran competencia existente actualmente. El presente estudio tiene como objetivo comparar el desempeño de innovación de doce empresas del sector de confecciones en el estado de Rio Grande do Sul (RS). La investigación se enmarca como cualitativa descriptiva, con datos obtenidos a través de cuestionarios a fin de medir el desarrollo del sector en el interior del estado. El tratamiento de los datos recolectados, se dio por medio de estadística descriptiva y cálculos porcentuales. Los resultados de la investigación en la Región Central, no difieren de la situación de la Frontera Oeste, debido a que las características empresariales son similares, denotando desconocimiento en los procesos de innovaciones técnicas y organizativas de producto y servicio. Se constató la carencia de perfeccionamiento profesional y organizacional en las empresas investigadas en estas regiones. Se sugiere para investigaciones futuras, la introducción de otras técnicas de análisis más robustas para analizar los aspectos que tangen a procesos de innovación del pequeño emprendedor gaúcho.

Palabras clave: Innovación; Sector de confecciones; Desarrollo; Características empresariales.

Originais recebidos em: 06/11/2017
Aceito para publicação em: 11/06/2018

REFERÊNCIAS

ÅKESSON, M; SKÅLÉN, P.; EDVARDSSON, B.; STÅLHAMMAR, A. Value proposition test-driving for service innovation: How frontline employees innovate value propositions. *Journal of Service Theory and Practice*. v. 26, n. 3, p.338-362, 2016.

BARROS; A. J. S.; LEHFELD, N. A. S. Fundamentos de metodologia científica. 3. ed. Editora Pearson: São Paulo, 2010.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Cadeia produtiva têxtil e de confecções. 2017. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=2&menu=3696>>. Acesso em: 17 jun. 2017.

CLEGG, S. R.; RHODES, C.; KORNBERGER, M. Desperately seeking legitimacy: Organizational identity and emerging industries. *Organization Studies*, v. 28, n. 4, p. 495-513, 2007.

DENISON, D. R. Bringing corporate culture to the bottom line. *Organizational dynamics*, v. 13, n. 2, p. 5-22, 1984.

GIL, A. C. Estudo de caso: Fundamentação científica, subsídios para coleta e análise de dados, como redigir o relatório. Editora Atlas: São Paulo, 2010.

LAFORET, S. Effects of organisational culture on organisational innovation performance in family firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. v. 23 n. 2, p. 379-407, 2016.

PELISSARI, A. S. Processo de formulação de estratégias em pequenas empresas com base na cultura corporativa e competências gerenciais. 2007. 221 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – UNIMEP, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Faculdade de Engenharia, Arquitetura e Urbanismo, Santa Bárbara d'Oeste.

PEREIRA, M. F.; GRAPEGGIA, M.; EMMENDOERFER, M. L.; TRES, D. L. Fatores de inovação para a sobrevivência das micro e pequenas empresas no Brasil. *Revista de administração e Inovação*, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 50-65, 2009.

PHAAL, R.; FARRUKH, C. J. P.; PROBERT, D. R. Collaborative technology road mapping: Network development and research prioritisation. *International Journal of Technology Intelligence and Planning*, n.1, p. 39-55, 2004.

ROSA, C. M.. Estratégias de crescimento no setor têxtil e de confecção: um estudo de caso da empresa Dudalina. 2016. TCC (graduação) - Universidade Federal de Santa Catarina. Centro Sócio-Econômico. Economia. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/158333>>. 2016. Acesso em: 10 jun. 2017.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Unidade de Gestão Estratégica – UGE. 2016.

TÁLAMO, J. A inovação tecnológica como ferramenta estratégica. *Revista Pesquisa & Tecnologia FEI*, v. 23, p. 26-33, 2002.

TIDD, J.; BESSANT, J.; PAVITT, K. Managing innovation: integrating technological, market and organizational change. West Sussex, 3. ed. UK: John Wiley & Sons, 2005.

TROILO, L. M. Collaboration, product innovation, and sales: an empirical study of Chinese firms. *Journal of Technology Management in China*, v. 9, n. 1, p. 37-55, 2014.

VELHO, L. Conceitos de Ciência e a Política Científica, Tecnológica e de Inovação. *Revista Sociologias (UFRGS)*, v. 13, n. 16, p. 128-153, 2011.

VERSTRAETE, T. Histoire d'entreprendre. Paris: Management & Societé, 2000.

WESTHEAD, P.; COWLING, M. Family firm research: The need for a methodological rethink. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, v. 23, n. 1, p. 31-33, 1998.

YIN R. K. Estudos de caso: planejamento e métodos. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.