



Ministério da Educação  
**UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ**  
DIRETORIA GERAL - CÂMPUS FRANCISCO BELTRÃO  
DIRETORIA DE RELAÇÕES EMPRESARIAIS E COMUNITÁRIAS



---

## **EDITAL DE CHAMAMENTO PÚBLICO Nº 02/2020**

### **CÂMPUS FRANCISCO BELTRÃO**

### **(PRORROGAÇÃO DO PERÍODO DE INSCRIÇÕES)**

A UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ – UTFPR Câmpus Francisco Beltrão, Autarquia Federal de Ensino Superior, criada conforme a Lei 11.184/2005, situada à Linha Santa Bárbara, s/nº - Francisco Beltrão - Paraná, neste ato representada pelo seu Diretor-Geral, no uso de suas atribuições legais, TORNA PÚBLICO, para conhecimento de quantos possam interessar, o presente:

**PRORROGAÇÃO DO PERÍODO DE INSCRIÇÕES PARA O EDITAL DE CHAMAMENTO PÚBLICO PARA A SELEÇÃO DE MICRO OU PEQUENAS EMPRESAS PRIVADAS, ASSOCIAÇÕES COMERCIAIS OU INDUSTRIAIS, COOPERATIVAS, INCUBADORAS, ENTIDADES EMPRESARIAIS OU ENTIDADES PÚBLICAS QUE TENHAM INTERESSE EM PARTICIPAR COMO PARCEIRAS NO PROJETO EMPREENDEDORISMO E PRÁTICAS DE INOVAÇÃO PARA ALAVANCAR O DESENVOLVIMENTO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, PARA FINS DE PARCERIA NO EDITAL PROREC 10/2020 - INTERAÇÃO DA UTFPR COM O SETOR PRODUTIVO PARANAENSE.**

nos termos do objeto e demais normas constantes deste edital.

#### **1- OBJETO**

1.1 O presente Edital de Chamamento Público tem por objetivo selecionar micro ou pequenas empresas privadas, associações comerciais/industriais, cooperativas, entidades empresariais ou entidades públicas, doravante definidos como parceiros externos, para serem capacitadas no tema do projeto "Empreendedorismo e Práticas de Inovação para Alavancar o Desenvolvimento de Micro e Pequenas Empresas", doravante chamado de projeto, cuja descrição encontra-se em anexo deste Edital, para fins de parceria no Edital PROREC 10/2020 - Interação da UTFPR com o Setor Produtivo Paranaense.

1.2 A seleção se justifica pela necessidade de capacitação de micro e pequenas empresas visando aprimorar a gestão e competitividade destas, dentro do contexto de minimizar os impactos econômicos e sociais da Epidemia COVID-19 sobre o setor produtivo paranaense.

1.3 Este Edital terá validade até o dia **27 de julho de 2020**, data limite de manifestação pelos interessados através do e-mail **direc-fb@utfpr.edu.br**, da DIREC-FB.

#### **2- DAS CONDIÇÕES PARA PARTICIPAR**

2.1 Somente podem participar do presente Edital parceiros externos ou empresas que atendam, em função do projeto, o seguinte perfil: Micro e Pequenas Empresas (MPes) pertencentes a um dos núcleos setoriais da Associação Comercial e Empresarial de Francisco Beltrão; empresas Pré-incubadas ou incubadas da UTFPR-FB, parceiros externos denominados de apoiadores, dentre eles: associações, cooperativas e instituições de apoio às MPes.

2.2 Os parceiros externos serão selecionados pelo coordenador do projeto, em função dos seguintes critérios:

2.2.1) Contrapartida do parceiro. Serão privilegiados parceiros dispostos a interagir de forma regular com a equipe de capacitação do projeto, inclusive alocando funcionários e/ou equipamentos para capacitação proposta. Quanto aos parceiros apoiadores, serão privilegiados: Os que oferecerem gratuitamente capacitação na área de gestão para estudantes da UTFPR-FB; Os que apoiarem e darem suporte na articulação e contato com as empresas para a execução do projeto.

2.2.2) Parceiros que representem mais de um parceiro externo (associações, núcleos setoriais, cooperativas, instituição de apoio às MPes).

2.2.3) Parceiros que melhor se adequem a capacitação proposta, sendo este critério usado para fins de desempate.

2.3 Os parceiros externos selecionados para capacitação, serão indicados pelo coordenador do projeto, com a justificativa de escolha, como parte do Edital PROREC 10/2020 - Interação da UTFPR com o Setor Produtivo Paranaense, sendo tal ação registrada no processo SEI da submissão do projeto.

2.4 Os parceiros externos selecionados estão cientes que a capacitação fornecida é de domínio público e que poderá ser repassada a todo e qualquer interessado do setor produtivo paranaense.

2.5. Os parceiros externos estão cientes que a capacitação será realizada segundo disponibilidade de horário do agente responsável pela capacitação, ficando o parceiro externo sujeito a tal limitação de horários.

2.6 Serão selecionados até um máximo de 12 (doze) parceiros externos, incluindo micro e pequenas empresas e parceiros apoiadores do projeto.

### 3- DA PROPOSTA

3.1 A proposta para participação deverá ser encaminhada à DIREC-FB - Diretoria de Relações Empresariais e Comunitárias do Câmpus Francisco Beltrão, no correio eletrônico ([direc-fb@utfpr.edu.br](mailto:direc-fb@utfpr.edu.br)) até às 18h00 do dia **27 de julho de 2020**.

3.2 A proposta para participação deverá conter: dados gerais da proponente, área de atuação no mercado, e o nome do projeto de capacitação.

### 4- DO ÔNUS

4.1 O parceiro externo não terá obrigação de ônus para participar deste edital, exceto a alocação de funcionário, equipamento e suporte para receber a capacitação (no caso das empresas).

### 5- DA DIVULGAÇÃO

5.1 Os parceiros externos preliminares selecionados serão publicados no sitio: <http://portal.utfpr.edu.br/editais>, até às 24h00 do dia 28 de julho de 2020, pela DIREC-FB.

5.2 Eventuais recursos deverão ser encaminhadas à DIREC-FB - Diretoria de Relações Empresariais e Comunitárias do Câmpus Francisco Beltrão, no correio eletrônico ([direc-fb@utfpr.edu.br](mailto:direc-fb@utfpr.edu.br)) até às 18h00 do dia 29 de julho de 2020.

5.3 Os parceiros externos finais selecionados serão publicados no sitio: <http://portal.utfpr.edu.br/editais>, até às 24h00 do dia 30 de julho de 2020, pela DIREC-FB.

### 6- DISPOSIÇÕES GERAIS

6.1 A submissão da proposta indica total concordância com os termos deste edital, bem como às políticas e regulamentos da UTFPR.

6.2 Poderá a UTFPR-FB revogar o Edital de Chamamento Público, em todo ou em parte, por conveniência administrativa e interesse público, ou por fato superveniente, devidamente justificado, ou anulá-lo em caso de ilegalidade.

6.3 O presente Edital de Chamamento Público ficará disponível no sitio: <http://portal.utfpr.edu.br/editais>.

Francisco Beltrão, 24 de julho de 2020.



Documento assinado eletronicamente por **ALEXANDRE DA TRINDADE ALFARO, DIRETOR(A)-GERAL**, em 24/07/2020, às 11:35, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://sei.utfpr.edu.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://sei.utfpr.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **1537007** e o código CRC **9DCD7272**.

## PROPOSTA DE PROJETO CÂMPUS FRANCISCO BELTRÃO

**TÍTULO: EMPREENDEDORISMO E PRÁTICAS DE INOVAÇÃO PARA ALAVANCAR O DESENVOLVIMENTO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS**

# LINHA: FORMAÇÃO DE AGENTES MULTIPLICADORES DE CAPACITAÇÃO

## 1. Introdução

O cenário econômico mundial está enfrentando atualmente uma grave crise, devido ao surgimento de uma pandemia que se espalhou por quase todo o globo terrestre. Como consequência, o mercado não será mais o mesmo daqui para frente, e vai exigir uma profunda transformação no contexto e na forma de gerir os negócios. Em especial as Micro e Pequenas Empresas (MPE), que são a maioria e naturalmente já enfrentam muitas dificuldades para competir, serão as mais afetadas nesse processo de recuperação econômica.

Para sobreviver nesse novo cenário econômico e social que se desenha, as empresas deverão ser mais resilientes e se reinventarem, passando a valorizar e investir cada vez mais em capacitação, novas tecnologias, inovação, empreendedorismo, buscar novos modelos de negócios e valorizar as redes de parcerias. Nesse contexto, novas oportunidades também podem surgir, sobretudo para as MPE. Uma dessas oportunidades é se aproximar e buscar mais apoio das universidades para ajudar na gestão do negócio, principalmente quanto ao suporte no desenvolvimento dos seus produtos, processos, projetos de inovação, tecnológicos, entre outros. Para alcançar e sustentar uma vantagem competitiva no mercado e transformar suas invenções em produtos inovadores, as MPE necessitam colaborar e fazer parcerias com universidades e outras empresas e instituições (WYNARCZYK, 2013; LEE, OLSON e TRIMI, 2012).

As MPE exercem um importante papel na economia local, regional e nacional. Contudo, essas empresas geralmente são mais carentes em transformar ideias e invenções em inovações tecnológicas (XIAOBAO et al., 2013), devido muitas vezes à falta ou limitação de recursos essenciais (financeiros, pessoas, infraestrutura e tecnologia), dificuldade de engajamento em redes de inovação e colaboração, dificuldade de acesso a novos mercados e conhecimentos externos (SPITHOVEN, VANHAVERBEKE e ROIJAKKERS, 2013; HUTTER et al., 2013; LEE et al., 2010).

Não obstante a limitação de recursos e dificuldades para se implementar estratégias de inovação (Bagno, 2015), as MPE têm a vantagem de serem mais flexíveis no desenvolvimento da inovação. É necessário ser trabalhado e desenvolvido a cultura empreendedora e de inovação das empresas, demonstrando os benefícios que essas estratégias podem trazer.

### 1.1 Contextualização e Descrição do Projeto

As pesquisas muitas vezes são direcionadas para grandes empresas, e normalmente as MPE é que têm maior necessidade de soluções para seus problemas e de suporte na área de gestão. Além disso, considerando o atual momento de pandemia em que o mundo vem atravessando, as dificuldades vão além da saúde pública e tem impactado diretamente a economia, prejudicando a sobrevivência de muitas empresas. Nesse contexto, as MPE estão sendo desafiadas a sobreviverem em meio aos efeitos da crise, enfrentando enormes dificuldades para se manterem no mercado, principalmente pela queda das vendas, falta de recursos financeiros, despreparo e dificuldade de adaptação e inserção tecnológica para gerir seus negócios. Ainda, esse cenário tem mobilizado esforços de diversas organizações, entidades de classes, universidades e associações, no sentido de oferecer alternativas e formas de auxílio aos empresários para a manutenção e aprimoramento da capacitação dos seus empreendimentos.

Frente a essa necessidade das empresas e com o intuito de oferecer suporte na gestão administrativa e na implementação de estratégias de inovação, bem como da necessidade de desenvolver uma visão empreendedora dos seus negócios, despertou-se para a realização deste projeto em parceria com o SEBRAE e a Associação Comercial e Empresarial de Francisco Beltrão - ACEFB. O projeto em questão será realizado em três etapas:

- 1) Na primeira etapa, o SEBRAE PR Regional SuL, irá proporcionar a capacitação em gestão de negócios e inovação para acadêmicos da UTFPR, câmpus FB. Para esta capacitação técnica está prevista a duração de 2 meses. Conforme contato prévio com os consultores do SEBRAE, levantou-se alguns possíveis temas e ferramentas de gestão que poderiam ser trabalhadas nessa capacitação: (Conceitos de inovação; Radar da inovação; Modelagem de negócios; Prototipação e validação de negócios. Análise de processos: Mapeamento de todos os processos operacionais da empresa; Definição de funções; Análise de Mercado, Marketing e Marca; Identificação de necessidades dos clientes; Mapeamento da concorrência direta e indireta; Estratégias de prospecção/aquisição de novos clientes; Estratégias de relacionamento/manutenção; Criação da marca).
- 2) Na segunda etapa, será aberto um edital de chamamento público para serem selecionadas as empresas que participarão do projeto, e que vão receber a capacitação.
- 3) A terceira etapa consiste na capacitação das empresas. O acadêmico/ bolsista, junto com o professor responsável, fará as visitas iniciais para mapeamento das demandas e da realidade das empresas. Este aluno terá o papel de multiplicar nessas empresas a capacitação que lhe foi concedida. Esse processo de capacitação terá duração de 10 meses, pretendendo-se atender a todas as empresas selecionadas através do edital.

Em síntese, o projeto tem como propósitos: ajudar as empresas na orientação e implementação de projetos de melhorias em produtos, processos, serviços ou métodos de trabalho; fomentar o desenvolvimento de projetos e práticas de inovação; buscar soluções e propor ferramentas de gestão para problemas relacionados ao negócio (administrativo ou produção); incentivar projetos ou ações para fomentar a cultura do empreendedorismo e intraempreendedorismo, bem como incentivar programas de inovação nas empresas.

É importante ressaltar que este projeto de capacitação de estudantes e de interação da UTFPR com o setor produtivo, está associado a um projeto de extensão homologado e registrado na DIREC-FB pelo proponente, o qual já fez contatos prévios com os parceiros para apresentar a proposta. O coordenador ainda possui experiência na articulação de parcerias com o setor produtivo. Através da DIREC já foram realizados diversos termos de cooperação e parcerias com entidades de classes, associações, prefeitura,

SEBRAE, entre outros. Portanto, essa facilidade de aproximação, comunicação e relacionamento com os parceiros externos vai favorecer o acesso às empresas e a execução do projeto.

Quanto a equipe, nesse primeiro momento o projeto será conduzido e coordenado pelo professor proponente Lindomar Subtil de Oliveira e por um aluno bolsista, além dos participantes externos representando as empresas.

A seguir, são detalhados os objetivos e a justificativa.

## **2. Objetivo geral**

Qualificar acadêmicos da UTFPR em ferramentas de gestão e inovação a fim de que possam interagir com o setor produtivo local, atuando como agentes multiplicadores de capacitação.

### **2.1 Objetivos específicos**

- Mapear as necessidades de melhorias em produtos, serviços ou processos organizacionais;
- Levantar as ferramentas, métodos de gestão e inovação, e necessidades gerenciais existentes nas MPE;
- Promover a capacitação dos acadêmicos para ajudarem a desenvolver, propor e implementar soluções inovadoras e ferramentas que auxiliem na gestão empresarial;
- Identificar os aspectos específicos que as MPE precisam trabalhar para elevar a habilidade e a competência em inovação, bem como sensibilizar os empresários para essa estratégia.

### **2.2 Justificativa**

Este projeto é uma oportunidade ímpar de ajudar as empresas principalmente nesse contexto de fragilidade econômica. É também uma oportunidade de capacitar estudantes para atuarem diretamente nas empresas, auxiliando no diagnóstico dos problemas e dificuldades e fomentando inovações e soluções. Nesse sentido, justifica-se a sua relevância por contribuir para a maior capacitação acadêmica e pelos benefícios que serão proporcionados à sociedade, sobretudo na gestão das MPE.

A inserção dos estudantes no ambiente empresarial como agentes multiplicadores, irá contribuir para as empresas principalmente pela geração de ideias de novos produtos, serviços ou processos, e pelas propostas de soluções inovadoras que poderão surgir para as demandas. Para os estudantes, o projeto contribuirá para complementar a formação acadêmica, proporcionando mais experiência pela imersão na prática profissional de gestão e inovação das empresas.

Do ponto de vista social, o projeto vai atender o segmento das MPE que muitas vezes não possuem recursos suficientes, ou por falta de conhecimento não conseguem ter acesso às ferramentas gerenciais. Assim, busca-se apoiar e estimular os empresários e seus colaboradores para a implementação de melhorias em processos ou no desenvolvimento de produtos e serviços inovadores. A universidade, por meio dos acadêmicos e supervisão do professor, somado ao apoio e treinamento que será oferecido pelo SEBRAE PR - Regional Sul, terá o papel de levar o conhecimento de empreendedorismo e inovação para as empresas, ajudando-as a se reinventarem nesse período de pandemia. O projeto irá abranger MPE que serão selecionadas posteriormente através de edital próprio a ser publicado pela DIREC.

A divulgação para as empresas será intermediada pela Associação Comercial e Empresarial de Francisco Beltrão – ACEFB (carta de apoio em anexo), parceira do projeto, e que propiciará a participação do professor junto aos núcleos setoriais das empresas para apresentação da proposta. A intenção é trabalhar em conjunto com os parceiros para alinhar as demandas das empresas e traçar as melhores estratégias.

Outrossim, buscar-se-á trazer as problemáticas e demandas das empresas para serem discutidas e estudadas em sala de aula quando as atividades de ensino presenciais retornarem à normalidade. Assim, busca-se conectar os conhecimentos teórico-científicos e tecnológicos gerados no ambiente de sala de aula com a prática profissional. O objetivo é dar continuidade ao projeto mesmo após a conclusão do cronograma do edital, pretendendo-se trabalhar a cada semestre com diferentes segmentos de empresas e proporcionar a inserção de novos estudantes.

## **3. Referencial teórico**

### **3.1 Empreendedorismo**

O empreendedorismo é um tema que cada vez mais tem ganhado evidência nos meios acadêmico, político e empresarial, devido a sua grande importância para o desenvolvimento local e regional e pela geração de empregos (PORTO et al, 2013). Segundo estudos do GEM (2016), a mentalidade empreendedora está associada à percepção e avaliação interna do indivíduo sobre o ambiente no qual ele está inserido e a existência de condições que podem influenciar de forma positiva ou negativa na decisão de empreender. De acordo com Dornelas (2015), o conceito de empreendedorismo tem se difundido no Brasil nos últimos anos devido à preocupação por parte do governo e de entidades de classe com a criação de pequenas empresas duradouras e a necessidade da diminuição das altas taxas de mortalidade desses empreendimentos.

Os empreendedores são pessoas que colocam sua capacidade de trabalho, dedicação e determinação na criação de valor, riqueza e postos de trabalho. Nesse sentido, os empreendedores investem capital próprio e se propõem a aceitar riscos valorizando as

conquistas (PORTO et al, 2013, p. 1).

Em síntese, através do empreendedorismo busca-se oportunidades para criar algo novo, sejam produtos, serviços, mercados, processos de produção, matérias-primas ou novas tecnologias (BARON; SHANE, 2015). Nessa mesma abordagem, Tidd, Bessant e Pavitt (2008) afirmam que os empreendimentos inovadores são aqueles que tem como objetivo oferecer novos produtos, serviços, novos processos, tecnologias, ou formas diferentes de agregar valor ao negócio.

### **3.2 Inovação**

A inovação é um imperativo para a sobrevivência das empresas, sendo uma das principais estratégias competitivas para o crescimento dos negócios, além de ser vital para o desenvolvimento econômico das regiões e nações (Lee et al., 2012; Chesbrough (2003).

Segundo o Manual de Oslo (2005), a inovação pode ser em produto, processo, marketing e organizacional. Nesse sentido, a inovação abrange a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional, seja no âmbito das empresas ou nas relações externas.

### **4. Metodologia**

O projeto compreenderá visitas in loco nas empresas para a realização do diagnóstico, levantamento de oportunidades, demandas por melhorias e desafios apresentados pelas empresas. Os instrumentos de coleta de dados serão: formulários de entrevistas, observações presenciais e análise documental. Sobretudo, a pesquisa ação-participante do acadêmico sob a supervisão do professor será fundamental para o mapeamento das necessidades das empresas, apresentação das ferramentas de gestão e para a proposição de soluções e capacitação. A metodologia de capacitação proposta pelo SEBRAE abrange as áreas de Gestão da Inovação, modelagem e validação de negócios, e análise de processos organizacionais.

O projeto compreenderá estudos de casos, onde serão feitos os agendamentos com as empresas para apresentação das etapas e planos de ação. As empresas serão selecionadas por meio de edital e deverão: (i) Enquadrar-se como MPE conforme o número de funcionários e/ou faturamento; (ii) Ter disponibilidade/acessibilidade para participar e contribuir com o projeto; (iii) Pertencer ao setor industrial, comércio, tecnologia ou serviços.

### **5. Resultados esperados**

#### **Para os estudantes:**

De acordo com o interesse dos acadêmicos, pretende-se que os alunos matriculados nas disciplinas de empreendedorismo e inovação tecnológica dos cursos sejam selecionados para participar do projeto. No momento pretende-se concorrer a uma bolsa para um estudante. Conforme o decorrer do projeto, novos estudantes voluntários poderão integrar a equipe executora.

Espera-se com esse projeto despertar o interesse dos acadêmicos pelos problemas de inovação das MPE. Ainda, que o projeto possa ajudar na capacitação dos estudantes, proporcionando mais experiências e antecipando o contato com o mercado de trabalho.

Almeja-se também que o projeto contribua para uma formação mais empreendedora dos estudantes, ampliando os conhecimentos da área de gestão. Nesse sentido, os estudantes poderão colocar em prática os conceitos e ferramentas de gestão trabalhados em sala de aula e por consequência ajudando as empresas. Assim, serão beneficiados pela aproximação e troca de conhecimento com as empresas, desenvolvendo a aprendizagem e vivenciando a realidade empresarial. Desta forma, poderão ajudar as empresas a visualizarem novas oportunidades e melhorias para o seu negócio, bem como ajudar no desenvolvimento de projetos e implementação de práticas de inovação, empreendedorismo, entre outros.

#### **Para as empresas e a comunidade:**

A entrega principal deste projeto é ajudar as MPE a implementarem projetos e práticas gestão, inovação e empreendedorismo a fim de tornarem-se mais competitivas, principalmente nesse momento de dificuldade do cenário econômico.

O impacto direto para as MPE será através da geração de novos produtos e melhorias na gestão empresarial, tentando buscar soluções que ajudem as empresas a serem mais inovadoras. Outrossim, a proposta busca transformar a realidade social, procurando principalmente fomentar atitudes mais empreendedoras nas empresas.

Portanto, espera-se que as MPE possam ser beneficiadas por estreitar o acesso ao conhecimento tecnológico da universidade por meio dos acadêmicos e professores, e desse modo aperfeiçoar os colaboradores e gestores através da troca de conhecimentos. Além disso, outra oportunidade é a assistência tecnológica e suporte de assessorias acadêmicas, as quais poderão ser viabilizadas através das Empresas Juniores, ou empresas hospedas e incubadas na universidade.

### **6. Plano de trabalho do Projeto**

Atividades	Período																		
	2020												2021						
	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	J	F	M	A	M	J	J
Edital de chamamento público para seleção das empresas							X												
Capacitação do (s) estudante (s) pelo SEBRAE								X	X										
Visita às empresas com o prof. responsável para apresentar o projeto, mapear a situação da organização e conhecer a realidade no âmbito da gestão								X											
Capacitação das empresas (acadêmico (s))										X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Avaliação dos resultados com os empresários																		X	X
Elaborar relatório final (acadêmico/ coordenador/ PROREC)																			X

## Referências

BAGNO, R.B., et al. **Cartilha empresarial do Projeto FAZ-NAGI/MG Modelo das Duas Rodas: Referência para sistemas de gestão da inovação em PMEs relatório técnico março 2016**. Minas Gerais: UFMG/UFV, 2016.

BAGNO, R.B.; MELO FILHO, L.D.R.; SOUZA, M.L.P.; FREITAS, T.B. Gestão de Portfólio de Projetos de Inovação: Proposição de um modelo de gestão e ferramenta de suporte para PMEs. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE GESTÃO DA INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS, 10., 2015, Itajubá. **ANAIS...** Itajubá: CBGDP, 2015, p. 1-11.

DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 5. ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2015.

HUTTER, K.; HAUTZ, J.; REPKE, K.; MATZLER, K. Section 2. Management in firms and organizations: Open innovation in small and micro enterprises. **Problems and Perspectives in Management**, v.11, n.1, p.12-22, 2013.

LEE, S.; PARK, G.; YOON, B.; PARK, J. Open innovation in SMEs-An intermediated network model. **Research Policy**, v. 39, n.2, p. 290-300, 2010.

LEE, S.M.; OLSON, D.L.; TRIMI, S. Co-innovation: convergenomics, collaboration, and co-creation for organizational values. **Management Decision**, v.50, n.5, p.817-831, 2012.

OCDE - **Manual de Oslo**, 3ª edição (em português) Proposta de Diretrizes para Coleta e Interpretação de Dado sobre Inovação Tecnológica - 2005.

SAWHNEY, M., WOLCOTT, R. C., & ARRONIZ, I. The 12 Different Ways for Companies to Innovate. **MIT Sloan Management Review**, Spring, p. 75-81, 2006.

SPITHOVEN, A.; VANHAVERBEKE, W.; ROIJAKKERS, N. Open innovation practices in SMEs and large enterprises. **Small Business Economics**, v.41, n.3, p.537-562, 2013.

TIDD, J.; BESSANT, J. R.; PAVITT, K. **Gestão da inovação**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

WYNARCZYK, P. Open innovation in SMEs: A dynamic approach to modern entrepreneurship in the twenty-first century. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v.20, n.2, p. 258-278, 2013.

XIAOBAO, P.; WEI, S.; YUZHEN, D. Framework of open innovation in SMEs in an emerging economy: firm characteristics, network openness, and network information. **International Journal Technology Management**, v.62, n.2,3,4, p.223-250, 2013.