

Proposição de Pesquisa no Contexto da Habilidade de Desenvolvimento de Novos Produtos

Research proposition in the context of new product development ability

Mateus PANIZZON [1](#); Gabriel Sperandio MILAN [2](#); Deonir DE TONI [3](#); Patrícia Sambaquy RITTER [4](#); Paula SARTOR [5](#)

Recibido: 25/08/16 • Aprobado: 22/09/2016

Conteúdo

- [1. Introdução](#)
- [2. Fundamentação Teórica](#)
- [3. Considerações finais](#)
- [Referências](#)
- [Agradecimento](#)

RESUMO:

Este estudo se propõe a apresentar um modelo teórico a ser testado e validado sobre a influência da Criatividade Organizacional, da Orientação Empreendedora Internacional e das Capacidades Dinâmicas Baseadas em Conhecimento, Capacidades de Tecnologia de Informação, de Reconfiguração e de Aprendizado, na Habilidade de Desenvolvimento de Novos Produtos. Em um contexto de globalização, com o desenvolvimento econômico baseado em conhecimento, inovação e criatividade como fontes de valor agregado, as empresas devem buscar continuamente alguma vantagem competitiva sustentável. Neste sentido, uma maior compreensão dos determinantes da Habilidade de Desenvolvimento de Novos Produtos, o que impacta no desempenho de inovação e das empresas, torna-se uma oportunidade de pesquisa. Como resultados, esta investigação busca maior compreensão entre a relação destes construtos, sustentando a tese de que a maior habilidade de desenvolvimento de novos produtos requer o desenvolvimento de um ambiente organizacional criativo, um comportamento empreendedor orientado à

ABSTRACT:

This study aims to present a theoretical model to be tested and validated about the influence of Organizational Creativity, the International Entrepreneurial Orientation and Knowledge-Based Dynamic Capabilities, Information Technology, Reconfiguration and Learning Capabilities, in the New Products Development Ability. In a context of globalization, with economic development based on knowledge, innovation and creativity as a value-added sources, companies must continually seek some sustainable competitive advantage. In this sense, a greater understanding of the determinants of New Product Development Ability, which impacts the performance of innovation and business, it is a research opportunity. As a result, this research seeks greater understanding between the relationship of these constructs, supporting the thesis that most new product development ability requires the development of a creative organizational environment, an internationalization oriented entrepreneurial behaviour and ongoing posture of reconfiguration and learning.
Key words: Organizational creativity, international

internacionalização e uma contínua postura de reconfiguração e de aprendizado.

Palavras-chave: Criatividade organizacional, orientação empreendedora internacional, Capacidades Dinâmicas Baseadas em Conhecimento (CDBC), Habilidade de Desenvolvimento de Novos Produtos (HDNP).

entrepreneurial orientation, Knowledge-Based Dynamic Capabilities (KBDC), New Products Development Ability (NPDA).

1. Introdução

Há um grande interesse acadêmico e gerencial em compreender quais são os fatores que influenciam a inovação nas organizações (Hong, Oxley, Mccann, 2012; Hauser, Tellis, Griffin, 2006). A pesquisa sobre o estado da arte na área revela tendências em relação ao avanço do desenvolvimento teórico no campo da criatividade, especialmente no contexto organizacional (Weinzimmer, Michel, Franczak, 2011; Bain, Mann, Pirola-Merlo, 2011). Torna-se, então, uma área emergente para investigação, ao mesmo tempo que seu impacto econômico é representativo do ponto de vista gerencial. A criatividade, na definição de geração de ideias novas e úteis, é um *input* do processo de inovação, e há estudos que demonstram a relação entre inovação e desempenho, seja em nível da firma ou nacional (Freeman, 2002; Porter, Stern, 2001). Outro aspecto importante em estudos de desempenho em inovação, em especial a inovação de produto, tem sido a relação dos efeitos da internacionalização das empresas (Fernández-Ortiz, Emerito, Menorca, 2012; Johanson, Vahlne, 2009; McDougall, Oviatt, 2003). Aliás, este fenômeno vem sendo tratado como um processo empreendedor internacional (Schweizer, Vahlne, Johanson, 2010; Johanson, Vahlne, 2009).

É imperioso ressaltar que no campo da estratégia, a bem consolidada disciplina das capacidades dinâmicas (Teece, 2007; 2009; Zollo, Winter, 2002) vem adquirindo um corpo teórico com viés na Visão Baseada em Conhecimento (Grant, 1996), estabelecendo um novo campo de estudo denominado Capacidades Dinâmicas Baseadas em Conhecimento (CDBC). A literatura aponta um inventário destas capacidades (Denford, 2013), mas, para este estudo, foram selecionadas a reconfiguração, que implica na capacidade de mudança da empresa frente a ambientes turbulentos, e o aprendizado, cujos efeitos em desempenho de inovação já são bem estabelecidos (Makkonen, Pohjola, Olkkonen, 2014), além da capacidade de Tecnologia de Informação (TI), em termos de infraestrutura, assimilação e aplicação, associada à agilidade empresarial (Liu et al., 2013).

Outra temática oportuna na relação com a inovação é o Processo de Desenvolvimento de Novos Produtos (PDNP). Estudos já o relacionaram com inovação e desempenho (Im, Montoya, Workman Jr., 2013; Durmusoglu, Calantone, McNally, 2013). Para competir efetivamente no mercado global, as empresas precisam desenvolver competências globais, tais como o lançamento de produtos efetivos (Lee, Lin, Wong, 2011). Ou seja, o PDNP é um tema relevante, pois a competitividade empresarial não deve advir somente da redução de custos, mas do desenvolvimento de novos produtos (Cooper, Edgett, Kleinschmidt, 1999; 2001; Kaminski, Oliveira, Lopes, 2008).

O que se observa na literatura, é que estes determinantes, Criatividade Organizacional, Orientação Empreendedora Internacional e Capacidades Dinâmicas Baseadas em Conhecimento (CDBC) se constituem como uma oportunidade de pesquisa quando analisadas sob a perspectiva da sua influência sobre a Habilidade de Desenvolvimento de Novos Produtos (HDNP), que se constitui uma medida de desempenho do PDNP (Perin et al., 2013). Este entendimento é particularmente importante para o setor industrial exportador, por estar envolvido em um ambiente internacional, competindo globalmente, e enfrentando os efeitos do novo paradigma da Era do Conhecimento e da Economia Criativa, tendo a inovação como possível fonte de vantagem competitiva sustentável (Hana, 2013; Crespi, Zuniga, 2012; Afgan, Carvalho, 2010).

Com base nisso, a política industrial no Brasil requer esforços efetivos para expandir as

atividades de exportação, mas principalmente de inovação, uma vez que este é um componente decisivo em mercados internacionais (Lee, Lin, Wong, 2011) . Por conseguinte, estudos nesta área se justificam não somente pelas contribuições teóricas, mas pelo entendimento destes efeitos no nível das organizações, pois a compreensão dos construtos (e suas variáveis) que afetam a inovação e, conseqüentemente, o desempenho dos negócios e do país, é fundamental para o desenvolvimento de estratégias, investimentos e práticas de gestão mais assertivas (Sun, Du, 2010 ; Wang, Kafouros, 2009 ; Wan, Ong, Lee, 2005) .

Este estudo, portanto, assume como questão de investigação: Qual a influência da Criatividade Organizacional, da Orientação Empreendedora Internacional e das CDBC, especificamente as Capacidades de Tecnologia de Informação (TI), de Reconfiguração e de Aprendizado, sobre a HDNP. Para tanto, tem-se como objetivo do estudo propor um modelo a ser futuramente testado e que permita analisar as relações entre: (i) Criatividade Organizacional e Orientação Empreendedora Internacional; (ii) Orientação Empreendedora Internacional e Capacidade de Reconfiguração; (iii) Orientação Empreendedora Internacional e Capacidade de Aprendizado; (iv) Capacidade em TI e Capacidade de Reconfiguração; (v) Capacidade de Reconfiguração na HDNP; e (vi) Capacidade de Aprendizado e a HDNP.

2. Fundamentação Teórica

2.1. Criatividade organizacional

A questão da criatividade é reconhecida tanto pela comunidade acadêmica quanto empresarial como capacidade essencial para a organização crescer e prosperar em ambientes cada vez mais complexos, caracterizados por altos níveis de ambiguidade, não linearidade, incerteza e interdependência (Bechky, Okhuysen, 2011). Vale destacar, ainda, que a criatividade organizacional é observada como um preditor-chave da inovação e do desempenho (Damanpour, Aravind, 2012) e, portanto, consiste em um tema relevante de pesquisa.

A criatividade organizacional pode ser entendida como um *output* (Bratnicka, 2013), medida pelo nível de novidade e utilidade das ideias geradas na organização. Isto implica que organizações mais criativas são entendidas pela sua maior capacidade de gerar ideias que sejam novas e úteis para o seu contexto, ou seja, pelo seu resultado. É este resultado (ideias criativas e novas) que vem a se tornar um *input* em processos de inovação (Bissola, Imperatori, Colonel, 2014, Dul, Ceylan, 2014).

A teoria central sobre a criatividade organizacional foi desenvolvida por Woodman, Sawyer e Griffin (1993), os quais propuseram um *framework* interacionista entre indivíduos e grupos, sendo que é por meio desta interação (da concepção individual da ideia até o seu compartilhamento e desenvolvimento com o grupo), que a criatividade é explicada. A partir desta teoria base, distintas abordagens para a mensuração da criatividade organizacional foram desenvolvidas e, neste caso, consistem nas condições existentes na organização para a geração destas ideias (Dul, Ceylan, 2014; Basadur, Basadur, Licina, 2012; Liu, Bai, Zhang, 2011; Sullivan, Ford, 2009; Amabile, Mueller, 2008). Estas condições envolvem aspectos como, por exemplo, tempo, liberdade ou recompensas que as organizações promovem para estimular a criatividade.

Para este estudo, a proposta de Boada-Grau et al. (2014) torna-se a mais apropriada, tendo em vista que sugerem que o construto (a criatividade organizacional) pode ser medido por indicadores que consideram o reconhecimento das pessoas pelo trabalho criativo, o julgamento de ideias, o estímulo à solução de problemas de forma criativa, mecanismos internos e o encorajamento e reconhecimento das pessoas pela criatividade. Neste sentido, verifica-se que se trata de mecanismos organizacionais (encorajamento, estímulo, julgamento e reconhecimento), os quais propiciam maiores condições para a geração de ideias novas e úteis. Os autores propuseram esta mensuração sob o nome "Suporte Organizacional Percebido para a Criatividade", com validação estatística do fator e convergência interna do construto, o que

pressupõe uma base adequada de sustentação para o modelo proposto, o qual será apresentado mais adiante.

2.2. Orientação empreendedora internacional e sua relação com a criatividade organizacional

A orientação empreendedora internacional (OEI) pode ser definida como a combinação de uma postura inovadora, proativa e tomadora de riscos que extrapola as fronteiras nacionais e tem por objetivo gerar valor para a organização (Covin, Miller, 2014). A OEI foi selecionada para este estudo tanto por se apresentar como um novo paradigma nos estudos em internacionalização, cuja evolução demonstra o tratamento deste assunto como um processo empreendedor (Schweizer, Vahlne, Johanson, 2010; Johanson, Vahlne, 2009).

É oportuno comentar que a internacionalização é um fenômeno bem consolidado na literatura e já foi relacionado com as capacidades empreendedoras, o aprendizado, a criação e a confiança entre parceiros de negócios, que são particularmente convergentes com alguns antecedentes (ou determinantes) já investigados em relação à inovação, como é o caso da orientação empreendedora (Jantunen et al., 2005), da capacidade absorptiva (Gebauer, Worch, Truffer, 2012), da aprendizagem organizacional (Hsu, Pereira, 2008) e do capital social (Rodrigues, Child, 2012). Em acréscimo, vale destacar que o nível de internacionalização das empresas é relevante para fins de investigação, e também tem demonstrado especial relação em termos de desempenho de inovação nas empresas (Tsao, Chen, 2012; Kafouros et al., 2008; Cassiman, Golovko, Martínez-Ros, 2010; Papadopoulos, Martín Martín, 2010).

Todavia, a relação entre criatividade e internacionalização não necessariamente apresenta um contínuo efeito direto, principalmente se tomarmos a internacionalização enquanto preditora da criatividade. Não há consenso na literatura, e isto porque, em estágios iniciais de internacionalização, as empresas passam a ter contato com novas demandas de clientes, fornecedores, além de variáveis concorrenciais e macroeconômicas. Isto, *a priori*, estimula a geração de novas ideias para atender a estas novas necessidades. Contudo, à medida que as empresas se estabilizam no mercado internacional, com a adequação às rotinas, legislações e sistemas, pode vir a influenciar a sua capacidade de ser criativa, e tais efeitos não lineares diretos, mas curvilíneos, foram evidenciados (Suh, Badrinarayanan, 2014).

Ainda por esse efeito, o estudo não busca analisar a relação entre nível de internacionalização e nível de criatividade, mas a relação entre o nível de criatividade organizacional sobre o nível de OEI da empresa. Se a orientação empreendedora é tomada como um comportamento (inovatividade, pró-atividade e aversão ao risco), pode-se inferir que um maior nível de criatividade na organização terá relação positiva, principalmente pela sua influência em um maior comportamento inovador, pela relação entre criatividade e processo empreendedor (Zhou, 2008).

Na questão relativa à criatividade, sabe-se que há uma associação entre o nível de criatividade organizacional e o nível de percepção de oportunidades (Henry, 2002; Flowers, Garbin, 1989), e aqui remete-se inclusive à pedagogia empreendedora, enquanto abordagem de desenvolvimento da capacidade de empreender de um indivíduo, observando que o estímulo à criatividade auxilia no estímulo à percepção de oportunidades (Klapper, Tegtmeier, 2010). Para este estudo, a OEI será utilizada a partir da definição de Covin e Miller (2014), com as dimensões de inovatividade (ênfase da empresa em pesquisa, mudança e lançamento de novos produtos), pró-atividade (postura de assertividade e pioneirismo, vinculada à percepção de oportunidades) e aversão ao risco (perfil arrojado nas decisões). Neste sentido, a primeira hipótese deste estudo é a de que:

H1: A Criatividade Organizacional influencia positivamente a Orientação Empreendedora Internacional (OEI).

2.3. Orientação empreendedora internacional e sua relação com as capacidades de reconfiguração e de aprendizado

A área das CDBC, atualmente, apresenta aderência em relação ao objetivo central do presente estudo, uma vez que a mesma aborda aspectos relativos à criatividade organizacional (criação e integração de conhecimentos), bem como da OEI (visão de busca de oportunidades – *sensing* e *seizing*). Conforme observado, um maior nível de OEI da empresa indica uma maior conexão com mercados globais, em termos de clientes, fornecedores e aspectos atinentes aos ambientes social, legal e demográfico de negócio. Com isso, a empresa precisa de um maior *sensing* e *seizing* (postura de busca e identificação de novos conhecimentos) de forma a explorar estas oportunidades, bem como utilizar das CDBC para criar e integrar novos conhecimentos podendo se reconfigurar, seja em seus processos para atender novas demandas ou especificações do mercado, seja em sua capacidade de aprender e apropriar-se (aprendizado) de novas tecnologias, em função da turbulência dos mercados internacionais.

A reconfiguração é a capacidade de, continuamente (e com propósito), reconfigurar a base de recursos existentes, possibilitando à empresa transformar e explorar o conhecimento (de processos, produto ou de mercado) existente (Ambrosini, Bowman, 2009; Zahra, George, 2002; Teece, Pisano, Shuen, 1997). Já o aprendizado é a capacidade que permite à empresa adquirir, adotar e criar novas capacidades por processos de aprendizado organizacional (Romme, Zollo, Berends, 2010; Bowman, Ambrosini, 2003; Zollo, Winter, 2002).

E estas capacidades permitem às organizações criar novos produtos e/ou novas categorias de produtos de acordo com flutuações de demandas ou mudanças nas expectativas e demandas do mercado consumidor (Helfat, Peteraf, 2003; Verona, Ravasi, 2003), uma vez que a criação de conhecimento envolve a transformação, realinhamento e integração do conhecimento na organização (Lichtenthaler, Lichtenthaler, 2009), sendo essencial absorver conhecimento externo à organização (Chesbrough, 2003). Para Knudsen (2007), esta complementação de conhecimento com agentes externos e o dentro da própria organização são essenciais para o PDNP e o desempenho de inovação. Por isso, as capacidades dinâmicas são uma premissa estratégica para a competitividade empresarial, sendo que a aprendizagem organizacional é uma variável mediadora entre a orientação empreendedora e as demais capacidades dinâmicas (Jiao Wei, Cui, 2010).

Aliás, Calantone, Cavusgil e Schmidt (2004) identificaram que há uma relação positiva entre o nível de adaptação de produto em mercados internacionais e o desempenho de exportação da empresa, e esta característica é importante para competir em mercados estrangeiros, o que implica em aumento de custos e em mudanças internas e na forma pela qual a empresa irá competir no mercado. A identificação de oportunidades em um ambiente dinâmico requer das empresas uma postura empreendedora em que haja a possibilidade e a capacidade de aprendizado e de reconfiguração das suas bases de recursos e processos, havendo relação entre a OEI, as capacidades de reconfiguração e de aprendizado da empresa e o desempenho internacional (Jantunen et al., 2005).

De acordo com Rosenweig e Mazursky (2014), o recurso mais importante para a inovação tecnológica é o conhecimento, o qual pode ser obtido internamente e externamente à empresa. Em seu estudo longitudinal de dezesseis anos em indústrias americanas, os autores concluíram que é o conhecimento externo, principalmente em mercados internacionais, que afeta positivamente a inovatividade organizacional. Portanto, esta sustentação da relação entre conhecimento externo e inovação vem ao encontro das CDBC. Em acréscimo, Di Stefano, Peteraf e Verona (2010) salientam que as capacidades dinâmicas consistem em distintas habilidades, capacidades e rotinas que as organizações ou seus gestores utilizam para desenvolver ou agir sobre suas atuais competências, conhecimentos, recursos e oportunidades, internas ou externas, para atender novas necessidades e adaptarem-se às mudanças, podendo vir a construir uma possível vantagem competitiva sustentável (Barney, Clark, 2007).

Para Covin e Miller (2014), há um entendimento de que o movimento de internacionalização cria acesso a novos paradigmas, clientes, tecnologias, e um contexto de ambientes turbulentos, que pressionam a organização a se reconfigurar. Nesta dinâmica, observa-se que o acesso a conhecimentos externos influencia a mudança na organização (Rosenweig, Mazursky, 2014). Por isso, Tautova (2011) argumenta que a OEI influencia positivamente na adaptação da estratégia empresarial, o que também se compreende por capacidade de reconfiguração. Por sua vez, a criatividade organizacional, como a geração de ideias que sejam novas e potencialmente úteis para integração, construção e reconfiguração do potencial estratégico da organização (capacidades e recursos), pode repercutir positivamente em processos intraorganizacionais de geração de ideias, ampliando o nível de aprendizado organizacional (Sue-Chan, Hempel, 2010; Bratnicka, 2013). Consoante isso, a segunda e a terceira hipóteses deste estudo são apresentadas a seguir:

H2: A Orientação Empreendedora Internacional (OEI) influencia positivamente a Capacidade de Reconfiguração.

H3: A Orientação Empreendedora Internacional (OEI) influencia positivamente a Capacidade de Aprendizado.

2.4. Relação entre as capacidades de tecnologia de informação e de reconfiguração

De acordo com Liu et al. (2013), apesar de pesquisadores e gestores apontarem a Tecnologia de Informação (TI) como uma ferramenta competitiva, há pouco entendimento em como as capacidades de TI afetam o desempenho organizacional. Em especial no campo da agilidade de *supply chains*, estas capacidades desempenham uma importante dimensão associada à responsividade, competência, flexibilidade e rapidez da organização em relação a ambientes predominantemente turbulentos (Yang, 2014; Liu et al., 2013; Degroote, Marx, 2013; Chen, Chiang, 2011; Swafford, Ghosh, Murthy, 2006; Zain et al., 2005), o que, em essência, consiste na definição das capacidades dinâmicas.

Em seus estudos, Yang (2014) e Liu et al. (2013) validaram escalas onde analisaram a relação entre as capacidades de TI (infraestrutura, assimilação e aplicação) sobre o desempenho da agilidade da empresa, identificando-as como seu antecedente. Para este estudo, este construto será relacionado à capacidade de reconfiguração das empresas, uma vez que agilidade é definida como a habilidade da empresa em lidar com um ambiente competitivo e apresentar capacidade de rapidamente responder às mudanças de mercado (Sharifi, Zhang, 2001; Yusuf et al., 2004; Yusuf, Sarhadi, Gunasekaran, 1999). Por conseguinte, tendo por base esta premissa, a capacidade de reconfiguração é requerida e a capacidade de TI é uma fonte competitiva para a agilidade empresarial. Assim sendo, foi estabelecida a quarta hipótese de pesquisa:

H4: A Capacidade da Tecnologia de Informação (TI) influencia positivamente a Capacidade de Reconfiguração.

2.5. Habilidade de desenvolvimento de novos produtos e sua relação com as capacidades de reconfiguração e de aprendizado

O Processo de Desenvolvimento de Novos Produtos (PDNP), não somente é importante como um elemento central de empresas industriais, mas está relacionado positivamente com a inovação e com o desempenho do negócio (Bharadwaj, Menon, 2000; Im, Montoya, Workman Jr., 2013; Durmusoglu, Calantone, McNally, 2013). Para Gunday, Ulusoy e Kilic (2011), o PDNP pode ser entendido como um conjunto de estágios que levam um novo produto ao mercado e envolve desde a concepção da ideia até o seu lançamento e sua comercialização (Bhuiyan, 2011; Cooper, Edgett, 2008).

A pesquisa sobre o Desenvolvimento de Novos Produtos (DNP) é importante pois a proficiência

neste processo pode contribuir para o sucesso das organizações. E, neste sentido, são amplas as investigações na academia para identificar os seus fatores críticos de sucesso (Sun, Wing, 2005). Talay, Calantone e Voorhees (2014), investigando o setor automobilístico americano, evidenciaram que as empresas precisam desenvolver programas que permitam introduzir de forma contínua e sistemática novos produtos, e que a inovação é um determinante essencial para a sobrevivência neste mercado, mas que estas inovações devem ser extensivas ou contínuas, uma vez que intervalos sem inovação, principalmente de produto, podem representar um impacto negativo. Outro aspecto a ser pontuado quanto ao PDNP é o interesse acadêmico de mais pesquisas investigando relações de causalidade (Page, Schirr, 2008).

Inclusive, Barczak, Griffin e Kenneth (2009), Barczak (2012) e Song, Kawakami e Stringfellow (2010) argumentam que a maior parte da pesquisa em DNP é baseada em contextos norte-americanos e do Oeste Europeu, havendo a necessidade de se desenvolver mais teorias generalizadas e aplicadas a diferentes nações e culturas ou mercados. Portanto, existe a oportunidade de investigações em economia emergentes como é caso dos países do BRICs (Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul), identificando se nestes ambientes os princípios e as práticas conhecidas possuem a mesma eficiência, eficácia e efetividade.

A literatura aponta que empresas com maiores níveis de CDBC tendem a adaptar-se mais rapidamente às mudanças ambientais (Deeds, Decarolis, Coombs, 2000) e, conseqüentemente, apresentam maior eficiência no DNP. Song e Thieme (2006) consideram que investimentos no desenvolvimento das capacidades dinâmicas associadas ao PDNP pode se tornar uma importante fonte de vantagem competitiva e de renovação, crescimento e adaptação em ambientes turbulentos. Em acréscimo, Wei, Yi e Guo (2013) concluíram que empresas com altos níveis de flexibilidade têm melhor desempenho no PDNP, reconfigurando seus recursos. Já Frishammar, Lichtenthaler e Rundquist (2012) atestam que o PDNP é uma atividade intensiva em conhecimento, e Henard e McFadyen (2012) apontam que a integração de conhecimento é positiva para o DNP, o que também é observado por Brettel et al. (2011).

Neste horizonte, o DNP é uma atividade complexa, dependente de conhecimento e aprendido, e muito do conhecimento gerado é tácito e não explícito (Goffin, Koners, 2011). Tal conhecimento, somado à orientação estratégica ligada à criatividade no DNP pode trazer melhores resultados às empresas (Kim, Im, Slater, 2013). Kraaijenbrink (2012), por sua vez, identificou que o processo de conhecimento (criação, aplicação, integração e retenção) tem um impacto significativo no desempenho do PDNP, e neste contexto se observa, de forma efetiva, a relação entre o aprendido e o DNP.

O presente estudo busca, então, uma base no conceito de HDNP, que é a habilidade de uma empresa em desenvolver, lançar e comercializar novos produtos e/ou serviços (Slater, Narver, 1995; Han, Kim, Srivastava, 1998), e que sejam bem sucedidos. Isto porque a HDNP possui uma relação positiva com o aprendido e a inovatividade (Perin et al., 2013), o que pode vir a se transformar em uma estratégia efetiva na ampliação da atuação das empresas em âmbito internacional (Cullen, Parboteeah, 2010; Czinkota, Ronkainen, 2011). Além disso, Jiménez et al. (2014) identificaram um relacionamento entre a orientação empreendedora, a orientação à aprendizagem, a inovação radical e o desempenho em empresas brasileiras, o que fornece suporte às relações propostas neste estudo. Portanto, a quinta e a sexta hipóteses propostas neste estudo são as seguintes:

H5: A Capacidade de Reconfiguração influencia positivamente a Habilidade de Desenvolvimento de Novos Produtos (HDNP).

H6: A Capacidade de Aprendizado influencia positivamente a Habilidade de Desenvolvimento de Novos Produtos (HDNP).

Com base nas hipóteses de pesquisa apresentadas, propõe-se o seguinte Modelo Teórico a ser testado e validado, aliás, conforme mostra a Figura 1.

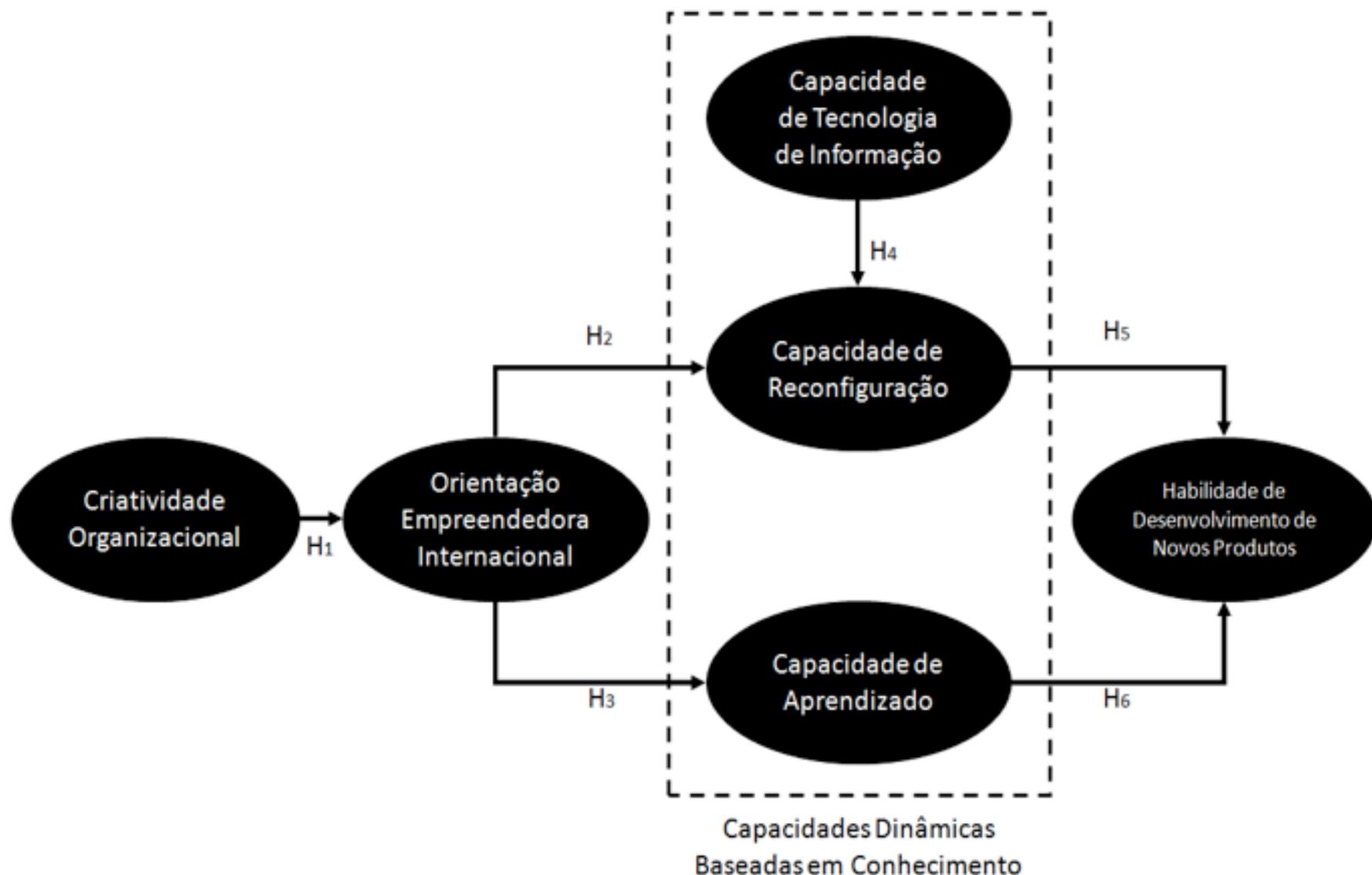


Figura 1 – Modelo Teórico proposto
 Fonte: Elaborada pelos autores.

3. Considerações finais

A proposta deste ensaio teórico foi a de propor e apresentar um Modelo Teórico (vide Figura 1), com suas respectivas hipóteses de pesquisa, a ser testado e validado futuramente, no ambiente industrial brasileiro ou outro contexto de pesquisa de interesse, no que diz respeito à influência da Criatividade Organizacional, da Orientação Empreendedora Internacional (OEI) e das Capacidades Dinâmicas Baseadas em Conhecimento (CDBC), especificamente as Capacidades de Reconfiguração, de Aprendizado e de Tecnologia de Informação (TI), sobre a Habilidade de Desenvolvimento de Novos Produtos (HDNP) das empresas.

Como resultados esperados, esta investigação busca uma maior compreensão entre as relações destes construtos, sustentando a tese de que uma maior Habilidade de Desenvolvimento de Novos Produtos (HDNP) requer o desenvolvimento de um ambiente organizacional criativo, um comportamento empreendedor orientado à internacionalização e uma contínua postura de reconfiguração, de aprendizado e de TI nas empresas. E isto, se bem resolvido, poderá alavancar melhores resultados no Processo de Desenvolvimento de Novos (PDNP) e de inovação, além de maior competitividade junto ao mercado internacional.

Referências

Afgan, N. H., Carvalho, M. G. (2010); "The knowledge society: a sustainability paradigm", *Cadmus*, 1(1), 28-41.

Amabile, T. M., Mueller, J. S. (2008); "Studying creativity, its processes, and its antecedents: an exploration of the componential theory of creativity", In: *Handbook of organizational creativity*, New York, Erlbaum, 33-64.

- Ambrosini, V., Bowman, C. (2009); "What are dynamic capabilities and are they a useful construct in strategic management?", *International Journal of Management Review*, 11(1), 29-49.
- Bain, P., Mann, L., Pirola-Merlo, A. (2011); "The innovation imperative: the relationships between team climate, innovation, and performance in research and development teams", *Small Group Research*, 32(1), 55-73.
- Barczak, G. (2012); "The future of NPD/innovation research", *Journal of Product Innovation Management*, 29(3), 355-357.
- Barczak, G., Griffin, A., Kenneth, B. K. (2009); "Perspective: trends and drivers of success in NPD practices: results of the 2003 PDMA best practices study", *Journal of Product Innovation Management*, 26(1), 3-23.
- Barney, J. B., Clark, D. N. (2007); *Resource-based theory: creating and sustaining competitive advantage*, Oxford, Oxford University Press.
- Basadur, M. S., Basadur, T. M., Licina, G. (2012); Organizational creativity and organizational development, In: Mumford M. D. (Ed.), *Handbook of organizational creativity*, New York, Elsevier.
- Bechky, B. A., Okhuysen, G. A. (2011); "Expecting the unexpected? How SWAT officers and film crews handles surprises", *Academy of Management Journal*, 54(2), 239-261.
- Bharadwaj, S., Menon, A. (2000); "Making innovation happen in organizations: individual creativity mechanisms, organizational creativity mechanisms or both?", *Journal of Product & Brand Management*, 17(6), 424-434.
- Bhuiyan, N. (2011); "A framework for successful new product development", *Journal of Industrial Engineering and Management*, 4(4), 746-770.
- Bissola, R., Imperatori, B., Colonel, R. T. (2014); "Enhancing the creative performance of new product teams: an organizational configurational approach", *Journal of Product Innovation Management*, 31(2), 375-391.
- Boada-Grau, J., Sánchez-García, J. C., Prizmic-Kuzmica, A. J., Vigil-Colet, A. (2014); "Spanish adaptation of the creative potential and practised creativity scale (CPPC-17) in the workplace and inside the organization", *Psicothema*, 26(1), 55-62.
- Bowman, C., Ambrosini, V. (2003); "How the resource-based and the dynamic capability views of the firm inform corporate-level strategy", *British Journal of Management*, 14(4), 289-303.
- Bratnicka, K. (2013); "Understanding the organizational creativity through the lens of a dynamic capability-based framework", In: British Academy of Management, *Proceedings...*
- Brettel, M. et al. (2011); "Cross-functional integration of R&D, marketing, and manufacturing in radical and incremental product innovations and its effects on project effectiveness and efficiency", *Journal of Product Innovation Management*, 28(2), 251-269.
- Calantone, R. J., Cavusgil, S. T., Schmidt, J. B. (2004); "Internationalization and the dynamics of product adaptation an empirical investigation", *Journal of Product Innovation Management*, 21(3), 185-198.
- Cassiman, B., Golovko, E., Martínez-Ros, E. (2010); "Innovation, exports and productivity", *International Journal of Industrial Organization*, 28(4), 372-376.
- Chen, W. H., Chiang, A. H. (2011); "Network agility as a trigger for enhancing firm performance: a case study of a high-tech firm implementing the mixed channel strategy", *Industrial Marketing Management*, 40(4), 643-651.
- Chesbrough, H. (2003); "Open innovation: how companies actually do it", *Harvard Business Review*, 81(7), 12-14.
- Cooper, R. G., Edgett, S. J. (2008); "Maximizing productivity in product innovation", *Research Technology Management*, 51(2), 47-58.

- Cooper, R. G., Edgett, S. J., Kleinschmidt, E. J. (1999); "New product portfolio management: practices and performance", *Journal of Product Innovation Management*, 16(4), 333-351.
- Cooper, R. G., Edgett, S. J., Kleinschmidt, E. J. (2001); "Portfolio management for new product development: results of an industry practices study", *R&D Management*, 31(4), 361-380.
- Covin, J. G., Miller, D. (2014); "International entrepreneurial orientation: conceptual considerations, research themes, measurement issues, and future research directions", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 38(1), 11-44.
- Crespi, G., Zuniga, P. (2012); "Innovation and productivity: evidence from six latin american countries", *World Development*, 40(2), 273-290.
- Cullen, J. B., Parboteeah, K. P. (2010); *International business: strategy and the multinational company*, New York, Routledge.
- Czinkota, M. R., Ronkainen, I. A. (2011); *Global business: positioning ventures ahead*, New York, Routledge.
- Damanpour, F., Aravind, D. (2012); "Organizational structure and innovation revisited: from organic to ambidextrous structure", In: Mumford, M. D. (Ed.), *Handbook of Organizational Creativity*, London, Academic Press/Elsevier, 483-514.
- Deeds, D. L., Decarolis, D., Coombs, J. (2000); "Dynamic capabilities and new product development in high-technology ventures: an empirical analysis of new biotechnology firms", *Journal of Business Venturing*, 15(3), 211-229.
- Degroote, S. E., Marx, T. G. (2013); "The impact of it on supply chain agility and firm performance: an empirical investigation", *International Journal of Information Management*, 33(6), 909-916.
- Denford, J. S. (2013); "Building knowledge: developing a knowledge-based dynamic capabilities typology", *Journal of Knowledge Management*, 17(2), 175-194.
- Di Stefano, G., Peteraf, M.; Verona, G. (2010); "Dynamic capabilities deconstructed: a bibliographic investigation into the origins, development, and future directions of the research domain", *Industrial And Corporate Change*, 19(4), 1.187-1.204.
- Dul, J., Ceylan, C. (2014); "The impact of a creativity-supporting work environment on a firm's product innovation performance", *Journal of Product Innovation Management*, In Press.
- Durmusoglu, S. S., Calantone, R. J., McNally, R. C. (2013); "Ordered to innovate: a longitudinal examination of the early periods of a new product development process impementation in a manufacturing firm", *Journal of Product Innovation Management*, 30(4), 712-733.
- Fernández-Ortiz, R., Emerito, S., Menorca, L. (2012); "A quantitative measure of the gradualist approach to internationalization", *Global Journal of Business Research*, 6(3), 23-35.
- Flowers, J. H., Garbin, C. P. (1989); Creativity and perception, In: Glover, J. A., Ronning, R. R., Reynolds, C. R. (Eds.), *Handbook of Creativity*, New York, Plenum Press, 147-162.
- Freeman, C. (2002); "Continental, national and sub-national innovation systems-complementarity and economic growth", *Research Policy*, 31(2), 191-211.
- Frishammar, J., Lichtenthaler, U., Rundquist, J. (2012); "Identifying technology commercialization opportunities: the importance of integrating product development knowledge", *Journal of Product Innovation Management*, 29(4), 573-589.
- Gebauer, H., Worch, H., Truffer, B. (2012); "Absorptive capacity, learning processes and combinative capabilities as determinants of strategic innovation", *European Management Journal*, 30(1), 57-73.
- Goffin, K., Koners, U. (2011); "Tacit knowledge, lessons learnt, and new product development", *Journal of Product Innovation Management*, 28(2), 300-318.
- Grant, R. M. (1996); "Toward a knowledge-based theory of the firm", *Strategic Management*

Journal, 17(2), 109-122.

Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K. (2011); "Effects of innovation types on firm performance", *International Journal of Production Economics*, 133(2), 662-676.

Han, J., Kim, N., Srivastava, R. (1998); "Market orientation and organizational performance: is innovation a missing link?", *Journal of Marketing*, 62(4), 30-45.

Hana, U. (2013); "Competitive advantage achievement through innovation and knowledge", *Journal of Competitiveness*, 5(1), 82-96.

Hauser, J., Tellis, G. J., Griffin, A. (2006); "Research on innovation: a review and agenda for marketing science", *Marketing Science, Research on Innovation*, 25(6), 687-717.

Helfat, C. E., Peteraf, M. A. (2003); "The Dynamic resource-based view: capability lifecycles", *Strategic Management Journal*, 24(10), 997-1.010.

Henard, D. H., McFadyen, M. A. (2012); "Resource dedication and new product performance: a resource-based view", *Journal of Production Innovation Management*, 29(2), 193-204.

Henry, C. (2002); *Entrepreneurship in creative industries: an international perspective*, **Cheltenham**, Edward Elgar Publishing.

Hong, S., Oxley, L., McCann, P. (2012); "A survey of the innovation surveys", *Journal of Economic Surveys*, 26(3), 420-444.

Hsu, C. C., Pereira, A. (2008); "Internationalization and performance: the moderating effects of organizational learning", *Omega*, 36(2), 188-205.

Im, S. Montoya, M., Workman Jr., J. P. (2013); "Antecedents and consequences of creativity in product innovation teams", *Journal of Product Innovation Management*, 30(1), 170-185.

Jantunen, A., Puumalainen, K., Saarenketo, S., Kylaheiko, K. (2005); "Entrepreneurial orientation, dynamic capabilities and international performance", *Journal of International Entrepreneurship*, 3(3), 223-243.

Jiao, H., Wei, J., Cui, Y. (2010); "An empirical study on paths to develop dynamic capabilities: from the perspectives of entrepreneurial orientation and organizational learning", *Frontiers of Business Research in China*, 4(1), 47-72.

Jiménez, D. J., Cegarra-Navarro, J. G., Perin, M. G., Sampaio, C. H., Lengler, J. B. (2014); "Entrepreneurial capacities as antecedents of business performance in Brazilian firms", *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 31(2), 90-103.

Johanson, J., Vahlne, J. E. (2009); "The Uppsala internationalization process model revisited: from liability of foreignness to liability of outsidership", *Journal of International Business Studies*, 40(9), 1.411-1.431.

Kafouros, M. I., Buckley, P. J., Sharp, J. A., Wang, C. (2008); "The role of internationalization in explaining innovation performance", *Technovation*, 28(1-2), 63-74.

Kaminski, P. C., Oliveira, A. C., Lopes, T. M. (2008); "Knowledge transfer in product development processes: a case study in small and medium enterprises (smes) of the metal-mechanic sector from São Paulo, Brazil", *Technovation*, 28(1), 29-36.

Kim, N., Im, S., Slater, S. F. (2013); "Impact of knowledge type and strategic orientation on new product creativity and advantage in high-technology firms", *Journal of Product Innovation Management*, 30(1), 136-153.

Klapper, R., Tegtmeier, S. (2010); "Innovating entrepreneurial pedagogy: examples from France And Germany", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 17(4), 552-568.

Knudsen, M. (2007); "The relative importance of interfirm relationships and knowledge transfer for new product development success", *Journal of Product Innovation Management*, 24(2), 117-138.

Kraaijenbrink, J. (2012); "Integrating knowledge and knowledge processes: a critical incident

- study of product development projects", *Journal of Product Innovation Management*, 29(6), 1.082-1.096.
- Lee, Y., Lin, B., Wong, Y. (2011); "Understanding and managing international product launch: a comparison between developed and emerging markets", *Journal of Product Innovation Management*, 28(1), 104-120.
- Lichtenthaler, U., Lichtenthaler, E. (2009); "A capability-based framework for open innovation: complementing absorptive capacity", *Journal of Management Studies*, 46(8), 1.315-1.338.
- Liu, H., Ke, W., Wei, K. K., Hua, Z. (2013). "The impact of it capabilities on firm performance: the mediating roles of absorptive capacity and supply chain agility", *Decision Support Systems*, 54(3), 1.452-1.462.
- Liu, X., Bai, Y., Zhang, R. (2011); "Development and validation of the organizational creativity inventory in a Chinese context", In: Academy of Management Annual Meeting, *Proceedings...*
- Makkonen, H., Pohjola, M., Olkkonen, R. (2014); "Dynamic capabilities and firm performance in a financial crisis", *Journal of Business Research*, 67(1), 2.707-2.719.
- McDougall, P., Oviatt, B. (2003); "Some fundamental issues in international entrepreneurship", *Entrepreneurship Theory & Practice*, 1-27.
- Page, A. L. Schirr, G. R. (2008); "Growth and development of a body of knowledge: 16 years of new product development research, 1989-2004", *Journal of Product Innovation Management*, 25(3), 233-248.
- Papadopoulos, N., Martín Martín, O. (2010); "Toward a model of the relationship between internationalization and export performance", *International Business Review*, 19(4), 388-406.
- Perin, M. G., Sampaio, C. H., Barcellos, M., Kügler, J. (2013); "The moderating effects of innovativeness on new product development ability", *Produto & Produção*, 11(3), 19-28.
- Porter, M. E., Stern, S. (2001); "Innovation: location matters", *MIT Sloan Management Review*, 42(4), 28-36.
- Rodrigues, S. B., Child, J. (2012); "Building social capital for internationalization", *RAC – Revista de Administração Contemporânea*, 16(1), 23-38.
- Romme, A. G. L., Zollo, M., Berends, P. (2012); "Dynamic capabilities, deliberate learning and environmental dynamism: a simulation model", *Industrial and Corporate Change*, 19(4), 1.271-1.299.
- Rosenweig, S., Mazursky, D. (2014); "Constraints of internally and externally derived knowledge and the innovativeness of technological output: the case of the United States", *Journal of Product Innovation Management*, 31(2), 231-246.
- Schweizer, R., Vahlne, J. E.; Johanson, J. (2010); "Internationalization as an entrepreneurial process", *Journal of International Entrepreneurship*, 8(4), 343-370.
- Sharifi, H., Zhang, Z. (2001); "Agile manufacturing in practice: application of a methodology", *International Journal of Operations & Production Management*, 21(5), 772-794.
- Slater, S. F., Narver, J. C. (1995); "The positive effect of a market orientation on business profitability", *Journal of Business Research*, 48(1), 69-73.
- Song, M., Kawakami, T., Stringfellow, A. (2010); "A cross-national comparative study of senior management policy, marketing-manufacturing involvement, and innovation performance", *Journal of Product Innovation Management*, 27(2), 179-200.
- Song, M., Thieme, R. J. (2006); "A cross-national investigation of the R&D – marketing interface in the product innovation process", *Industrial Marketing Management*, 35(3), 308-322.
- Sue-Chan, C., Hempel, P. (2010); "Disentangling the novel from the useful", In: Annual Meeting of The Academy of Management. *Proceedings...*
- Suh, T., Badrinarayanan, V. (2014); "Proximal and distal influences on project creativity in

- international marketing teams", *International Marketing Review*, 31(3), 283-307.
- Sullivan, D. M., Ford, C. M. (2009); "The alignment of measures and constructs in organizational research: the case of testing measurement models of creativity", *Journal of Business and Psychology*, 25(3), 505-521.
- Sun, H., Wing, W. C. (2005); "Critical success factors for new product development in the Hong Kong toy industry", *Technovation*, 25, 293-303.
- Sun, Y., Du, D. (2010); "Determinants of industrial innovation in China: evidence from its recent economic census", *Technovation*, 30(9-10), 540-550.
- Swafford, P. M., Ghosh, S., Murthy, N. N. (2006); "A framework for assessing value chain agility", *International Journal of Operations & Production Management*, 26(2), 118-140.
- Talay, M. B., Calantone, R. J., Voorhees, C. M. (2014); "Coevolutionary dynamics of automotive competition: product innovation, change, and marketplace survival", *Journal of Product Innovation Management*, 31(1), 61-78.
- Tautova, G. (2011); "The impact of international entrepreneurial orientation on strategic adaptation", *Procedia Social And Behavioral Sciences*, 24, 571-578.
- Teece, D. J. (2007); "Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance", *Strategic Management Journal*, 28(13), 1.319-1.350.
- Teece, D. J. (2009); *Dynamic capabilities & strategic management: organizing for innovation and growth*, Oxford, Oxford University Press.
- Teece, D. J., Pisano, G., Shuen, A. (1997); "Dynamic capabilities and strategic management", *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-542.
- Tsao, S. M., Chen, G. Z. (2012); "The impact of internationalization on performance and innovation: the moderating effects of ownership concentration", *Asia Pacific Journal of Management*, 29, 617-642.
- Verona, G., Ravasi, D. (2003); "Unbundling dynamic capabilities: an exploratory study of continuous product innovation", *Industrial and Corporate Change*, 12(3), 577-606.
- Wan, D., Ong, C. H., Lee, F. (2005); "Determinants of firm innovation In Singapore", *Technovation*, 25(3), 261-268.
- Wang, C., Kafouros, M. I. (2009); "What Factors Determine Innovation Performance In Emerging Economies? Evidence from China", *International Business Review*, 18(6), 606-616.
- Wei, Z., Yi, Y., Guo, H. (2013); "Organizational learning ambidexterity, strategic flexibility, and new product development", *Journal of Product Innovation Management*, 3(4), 2-16.
- Weinzimmer, L. G., Michel, E. J., Franczak, J. (2011); "Creativity and firm-level performance: the mediating effects of action orientation", *Journal of Managerial Issues*, 23(1), 62-82.
- Woodman, R. W., Sawyer, J. E., Griffin, R. W. (1993); "Toward a theory of creativity", *Academy of Management Review*, 18(2), 293-321.
- Yang, J. (2014); "Supply chain agility: securing performance for Chinese manufacturers", *International Journal of Production Economics*, 150, 104-113.
- Yusuf, Y. Y., Gunasekaran, A., Adeleye, E. O., Sivayoganathan, K. (2004); "Agile supply chain capabilities: determinants of competitive objectives", *European Journal of Operational Research*, 159(2), 379-392.
- Yusuf, Y. Y., Sarhadi, M., Gunasekaran, A. (1999); "Agile manufacturing: the drivers, concepts and attributes", *International Journal of Production Economics*, 62(1), 33-43.
- Zahra, S. A., George, G. (2002); "Absorptive capacity: a review, reconceptualization, and extension", *Academy of Management Review*, 27(2), 185-203.
- Zain, M., Rose, R. C., Abdullah, I., Masrom, M. (2005); "The relationship between information technology acceptance and organizational agility in Malaysia", *Information and Management*,

42(6), 829-839.

Zhou, J. (2008); "New look at creativity in the entrepreneurial process", *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(1), 1-5.

Zollo, M., Winter, S. G. (2002); "Deliberate learning and the evolution of dynamic capabilities", *Organization Science*, 13(3), 339-351.

Agradecimento

Agradecemos ao CNPq – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, por financiar este projeto de pesquisa.

1. UCS – Universidade de Caxias do Sul – Brasil. Email: MPanizzo@ucs.br
 2. UCS – Universidade de Caxias do Sul – Brasil. Email: gsmilan@ucs.br
 3. UCS – Universidade de Caxias do Sul – Brasil. Email: DToni2@ucs.br
 4. Bolsista CNPq (AT-NS) - Email: ritter.pas@gmail.com
 5. Bolsista CNPq (IC) - Email: paulasartor1@hotmail.com
-

Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015
Vol. 38 (Nº 07) Año 2017

[Índice]

[En caso de encontrar algún error en este website favor enviar email a webmaster]

©2017. revistaESPACIOS.com • Derechos Reservados