

GERAL · IFCE · INNOVATION MANAGEMENT · 30 DE MAIO DE 2026

Analysis and assessment of innovation in a large pharmacy network

Por Hugo Sindeaux Peixoto, Lucelindo Dias Ferreira Junior Reis e Joanderson de Almeida Reis

Fonte: OpenAlex · IFCE · [Publicação original](#)

INOVAÇÃO	APLICABILIDADE	POTENCIAL ECONÔMICO	MATURIDADE
6/10	9/10	7/10	Média

Estudo de caso que aplica o método Radar de Inovação em uma grande rede de farmácias para diagnosticar a maturidade em inovação. Identifica uma discrepância entre forças em oferta e presença de mercado, e fraquezas críticas em plataformas, redes e cadeia de suprimentos. A empresa foi classificada como 'inovadora ocasional'.

NÚCLEO DA ANÁLISE

Ideia de startup ou produto

SaaS de 'Health Retail Maturity' que automatiza o preenchimento do Radar de Inovação para farmácias, utilizando IA para cruzar os pontos fracos (ex: cadeia de suprimentos) com recomendações de fornecedores de tecnologia e soluções logísticas automatizadas.

Aplicações práticas

Implementação do Radar de Inovação como ferramenta de gestão estratégica para redes de varejo e saúde. Uso dos dados para direcionar investimentos em TI, ERP e logística. Base para planos de transformação digital.

Potencial de mercado

Alto. O setor farmacêutico e de varejo em geral demanda urgentemente de modernização operacional. Ferramentas de diagnóstico que apontam deficiências em logística e tecnologia têm grande apelo comercial para consultorias e desenvolvedores de software.

FUNDAMENTO CIENTÍFICO

Problema abordado

A dificuldade de grandes redes de varejo em diagnosticar objetivamente seu nível de inovação e identificar gargalos estruturais, especialmente na integração tecnológica (plataformas) e logística (cadeia de suprimentos), que limitam a competitividade.

Metodologia

Estudo de caso único, abordagem qualitativa e descritiva. Utilização de questionários e entrevistas com gestores, analisados sob o framework do Radar de Inovação (12 dimensões).

Principais descobertas

A rede possui forte desempenho nas dimensões 'Oferta' (produtos/serviços) e 'Presença' (canais), mas apresenta baixa maturidade em 'Plataforma', 'Networking' e 'Cadeia de Suprimentos'. O resultado global indica um perfil de inovador ocasional, com iniciativas pontuais e não sistêmicas.

LEITURA PARA GESTÃO PÚBLICA

Programas governamentais de modernização do varejo (ex: 'Varejo Conectado') que utilizem o Radar de Inovação como critério de elegibilidade para subvenções ou crédito fiscal, focando em melhorar a infraestrutura digital de pequenas e médias redes de farmácia.

PARCERIA UNIVERSIDADE × EMPRESA

Parceria entre o IFCE e associações de comércio/farmácia para realizar mapeamentos coletivos de inovação, gerando relatórios setoriais que orientem o desenvolvimento de soluções tecnológicas locais para as deficiências identificadas em plataforma e logística.

OPORTUNIDADES DERIVADAS

4 direções estratégicas identificadas

STARTUP · IMPACTO MÉDIO · SOFTWARE

AutoRadar Pharma

Plataforma de software que diagnostica a maturidade de inovação em farmácias e sugere um roadmap de digitalização personalizado, conectando deficiências de 'plataforma' e 'suprimentos' a soluções de mercado.

PARCERIA · IMPACTO ALTO · CIÊNCIA DE DADOS

Núcleo de Inovação em Varejo Farmacêutico

Cooperação técnico-científica entre o IFCE e grandes redes de farmácia para desenvolver projetos piloto focados em otimização de cadeia de suprimentos e integração de plataformas digitais.

POLÍTICA PÚBLICA · IMPACTO MÉDIO · GOVTECH

Certificação de Maturidade Digital para Farmácias

Política pública que cria um selo de qualidade baseado nos índices do Radar de Inovação, incentivando farmácias a investirem em tecnologia e logística para obterem benefícios regulatórios ou fiscais.

Solução Integrada de Supply Chain 4.0

Desenvolvimento de um produto corporativo focado em resolver a deficiência de 'Cadeia de Suprimentos' identificada no estudo, oferecendo automação e rastreabilidade para redes de farmácia.

ABSTRACT ORIGINAL

Innovation has played a central and strategic role in global business operations, recognized as an essential component for fostering competitive differentiation in the market. This demand for distinction through innovation has driven research into the true concept of innovation and the development of strategies based on this principle. Any process of change that generates improvements in processes or products, whether goods or services, can be considered innovation, distinguishing itself from invention by being applicable to a real need, feasible for production, and capable of being transferred to the economy. To enhance the level of innovation in a company, it is crucial to understand its innovation strategy and its level of maturity in innovating. This study adopts a single case study methodology, utilizing a qualitative and descriptive approach through the application of questionnaires and interviews with managers. One way to understand the degree of innovation is by applying the Innovation Radar method, a framework composed of 12 dimensions. The objective of this study is to apply the Innovation Radar to analyze and assess the level of innovation in a sector within a large pharmaceutical network. As a result, the Innovation Radar identified that there are innovative proposals and initiatives, especially in the "offering" and "presence" dimensions, but with difficulties in "platform", "networking", and "supply chain" aspects. The sector was classified as an occasional innovator, as shown in the overall results of the twelve dimensions.

MATÉRIA PARA LEIGOS

Para leigos: Como medir o nível de inovação em uma grande rede de farmácias

O cenário atual

A inovação desempenha um papel central e estratégico nas operações de negócios globais, sendo essencial para criar diferenciais competitivos no mercado. Para que uma mudança seja considerada inovação, ela precisa gerar melhorias em processos ou produtos, ser aplicável a uma necessidade real, viável para produção e transferível para a economia. Diferente da invenção, a inovação exige aplicabilidade prática. Para melhorar, as empresas precisam entender sua estratégia e seu nível de maturidade em inovar.

O que os pesquisadores fizeram

Os pesquisadores realizaram um estudo de caso único com uma abordagem qualitativa e descritiva. O objetivo foi aplicar o método do "Radar de Inovação" para analisar e avaliar o nível de inovação em um setor específico de uma grande rede de farmácias. Para coletar os dados, foram aplicados questionários e realizadas entrevistas com os gestores da empresa.

Como funciona na prática

O estudo utilizou o framework do Radar de Inovação, que é composto por 12 dimensões, para avaliar a empresa. O paper não detalha todas as doze dimensões individualmente, mas explica que o método serve para entender o grau de inovação da organização. A análise dessas dimensões permitiu identificar pontos fortes e fracos nas estratégias e processos da rede de farmácias estudada.

Resultados e evidência

O Radar de Inovação identificou que existem propostas e iniciativas inovadoras na empresa, com destaque para as dimensões "oferta" (offerings) e "presença". No entanto, foram encontradas dificuldades nos aspectos de

"plataforma", "networking" (redes de contato) e "cadeia de suprimentos" (supply chain). Ao considerar o resultado geral das doze dimensões, o setor analisado foi classificado como um "inovador ocasional".

Implicações práticas

Para gestores e empresários do setor farmacêutico, o estudo demonstra a importância de avaliar a inovação de forma estruturada. Saber que a empresa tem força na oferta e presença, mas falha na cadeia de suprimentos e networking, permite direcionar esforços de correção. A classificação como "inovador ocasional" indica que a inovação acontece, mas talvez não de forma contínua ou estruturada em todas as áreas.

Limitações e próximos passos

O estudo apresenta limitações por se tratar de um estudo de caso único, focado em apenas um setor de uma grande rede, o que significa que os resultados refletem a realidade específica dessa amostra. O paper não detalha quais serão os próximos passos para a rede de farmácias ou se haverá estudos futuros para ampliar a análise.

QUEM SÃO OS PESQUISADORES

Quem são os pesquisadores

Os autores do estudo são Hugo Sindeaux Peixoto, Lucelindo Dias Ferreira Junior Reis e Joanderson de Almeida Reis, vinculados ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE). Eles foram responsáveis pela concepção do estudo, aplicação dos questionários e entrevistas, e pela análise dos dados utilizando o Radar de Inovação. O material fornecido não detalha a formação acadêmica específica, títulos ou outras informações sobre a trajetória profissional dos pesquisadores.

PALAVRAS-CHAVE

Innovation management · Process (computing) · Maturity (psychological) · Innovation process · Component (thermodynamics) · Service innovation · Product innovation