

Eixo Temático: Sustentabilidade e Inovação

INOVAÇÃO: PERCEPÇÕES EMPRESARIAIS SOBRE O TEMA

INNOVATION: BUSINESS PERCEPTIONS ABOUT THE THEME

Thiago Favarini Beltrame

RESUMO

Este trabalho possui como objetivo identificar a percepção das empresas pesquisadas sobre o ambiente e as dificuldades enfrentadas pelas organizações no momento de inovar. O trabalho contou com um levantamento bibliográfico e, após, uma pesquisa exploratória por meio da aplicação de um questionário constituído de questões abertas e fechadas. Por meio das respostas percebeu-se que a liderança incentiva às práticas voltadas à inovação, o desenvolvimento de ideias inovadoras ocorre, principalmente, pela prática de *Brainstorming* e o alto custo para inovar é a principal dificuldade encontrada.

Palavras-chave: Inovação, Qualidade, Gestão.

ABSTRACT

This work aims to identify the perceptions of businesses surveyed on the environment and the difficulties faced by organizations when they innovate. The work included a literature and, after an exploratory research through a questionnaire consisting of open and closed questions. Through the responses it was realized that the leadership practices aimed at encouraging innovation, developing innovative ideas occurs mainly by practicing brainstorming and the high cost to innovate is the main difficulty.

Keywords: Innovation, Quality, Management.

1. Introdução:

A qualidade sempre foi algo de extrema importância para as organizações. Na década de 20, advindo da revolução industrial, as indústrias passaram a produzir seus produtos em maior quantidade, ou seja, passou-se a ter produção em série. No período de pré-revolução industrial a qualidade era atribuída somente ao talento do artesão em confeccionar o seu produto, sendo que os produtos e os trabalhadores eram controlados por meio do sistema de Guildas (grupos de artesões que se avaliavam quanto a variável qualidade). Então, após a revolução, as empresas deixaram de ser totalmente artesanais e passaram a possuir um caráter industrial; logo, começaram a surgir os problemas na produção, principalmente por a mesma passar a ser contínua, assim se passou a utilizar, com um enfoque maior, o conceito de qualidade. A partir da Segunda Guerra Mundial intensificaram-se as preocupações relativas à qualidade dos produtos e processos. O Japão, derrotado, estava em crise e precisava crescer financeiramente, então na década de 50 os mesmos passaram a desenvolver programas de melhorias da qualidade, os quais assegurassem uma maior confiabilidade no comércio de seus produtos ou prestação de seus serviços.

Nos dias atuais, surgiu a prática de inovar. Para que as organizações permaneçam no mercado de trabalho, muitas vezes, é necessária a prática de buscar-se constantemente um aprimoramento e algo novo. Então, surgiu o conceito de inovação.

Este trabalho possui como objetivo identificar a percepção das empresas pesquisadas sobre itens voltados à inovação.

2. Revisão Bibliográfica

2.1 Qualidade:

A definição oficial de qualidade, para a *International Standard Organisation* (ISO), é: “qualidade é o conjunto das propriedades e características de um produto ou serviço que lhe fornecem a capacidade de satisfazer as necessidades explícitas ou implícitas”. Ou seja, segundo esta definição para um produto ter qualidade, o mesmo necessita cumprir de forma eficiente o seu objetivo.

Ainda, na visão de Deming (2009):

O princípio básico é que qualidade é, essencialmente, um modo de gerenciar organizações. Causa melhoramento nos negócios, nas atividades técnicas para, ao mesmo tempo, permitir que seja alcançada a satisfação dos consumidores, eficiência de recursos humanos e menores custos (Deming, 2009).

Durante muito tempo o termo qualidade foi atribuído somente associado à ideia de excelência de um determinado produto ou serviço, ou seja, a busca pela superioridade constante, porém no decorrer dos anos o termo sofreu incorporações quanto a sua ideia de utilização, sendo o valor de mercado um dos mais proeminentes. Paladini (2009) diz que tradicionalmente o controle da qualidade era definido como uma fiscalização na empresa, porém, atualmente, define-se como um controle dinâmico e complexo que envolve todos os setores de uma empresa, com a finalidade de melhorar e assegurar economicamente a qualidade do produto final. De acordo com Godoy et al. (2009) cada vez mais a qualidade está sendo considerada como um fator decisivo para a melhoria, não só do desempenho, mas também da sobrevivência da organização no mercado. Na busca da qualidade, as organizações vão atrás

de aperfeiçoamentos de processos, produtos ou serviços e, acima de tudo, buscam constantemente satisfazer seus clientes.

Através destas nove áreas fica evidente que a qualidade permeia aspectos internos e externos da organização e pode ser utilizado nos diversos setores da organização. A evolução da qualidade nas empresas passou por três “eras” (MAXIMILIANO, 2000), as quais são: era da inspeção, era do controle estatístico e a era da qualidade total.

O quadro 01 apresenta as características detalhadas de cada uma das eras da qualidade.

Características básicas	Interesse principal	Visão de qualidade	Ênfase	Métodos	Quem é o responsável pela qualidade
Inspeção	Verificação	Um problema a ser resolvido	Uniformidade do produto	Instrumentos de medição	O departamento de inspeção
Controle estatístico do processo	Controle	Um problema a ser resolvido	Uniformidade do produto com um menor número de inspeções	Ferramentas e técnicas estatísticas	Os departamentos de fabricação e engenharia, ou seja, o controle da qualidade
Gestão Total da Qualidade	Impacto estratégico	Uma oportunidade de diferenciação da concorrência	As necessidades de mercado e cliente	Planejamento estratégico, estabelecimento de objetivos e a mobilização da organização	Todos na empresa, com a alta administração exercendo forte liderança

Quadro 01 - Características das eras da qualidade

Fonte: Adaptado Paladini, 2005

Ainda, segundo Garvin (2002) pode-se citar uma quarta “era”, a denominada administração estratégica (visão estratégica global), a qual surgiu a partir da demanda nas organizações por uma gestão que focasse no trabalho em equipe, delegação de atividades e desenvolvimento de canais de comunicação entre clientes e fornecedores.

2.2 Inovação

Joseph Schumpeter foi um dos primeiros autores a abordar o tema inovação. O mesmo, em 1934, entendia que a prática de inovar consistia “na introdução de novos produtos, novos métodos de produção, a abertura de novos mercados, a conquista de novas fontes de fornecimento e a adoção de novas formas de organização” (SCHUMPETER, 1934). Atualmente muito se tem comentado a respeito do tema inovação; “inovar” tornou-se algo importante para a permanência de uma empresa no mercado globalizado. Junior et al. (2009) explica que a temática sobre inovação sempre acompanhou a humanidade, porém, foi mais recentemente que a necessidade por inovar e caracterizar o que é novo atingiu escala mundial. Na visão da Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD) a definição de inovação é:

... 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 nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas (OECD, 2005).

Dornellas (2003) ressalta que a inovação relaciona-se com a mudança, ou seja, a transformação de um ambiente:

Inovação tem a ver com a mudança, fazer coisas de forma diferente, de criar algo novo, de transformar o ambiente onde está inserido. É algo mais abrangente que apenas a comum relação que se faz com a criação de novos produtos ou serviços. É um termo econômico ou social, mais do que técnico (DORNELAS, 2003).

Portanto, inovação deve ser compreendida como o aspecto que objetiva transformar as oportunidades em novas ideias e colocá-las amplamente em prática. Também, pode-se inferir que é o ato ou efeito de inovar, ou seja, tornar algo novo; renovar; ou introduzir uma novidade. O termo eventualmente causa confusão, pois as pessoas tendem a entender inovação como invenção (TIDD; BESSANT; PAVITT, 2008). De acordo com Afuah (2003), a inovação está baseada no uso de um novo conhecimento tecnológico ou de mercado para oferecer um produto ou serviço novo aos clientes. Henriques et al. (2008) ressalta que a inovação é de fundamental importância para um processo produtivo e nem sempre requer uma tecnologia alta, pode envolver inovação de processos, descoberta de nichos não explorados no mercado ou novas aplicações de um produto já existente.

O Quadro 2 apresenta as principais classificações referentes à inovação, de acordo com alguns autores:

Classificações	Referências
Incremental, radical	Freeman (1974)
Incremental, modular, arquitetural, radical	Henderson e Clark (1990)
Sustentadora, disruptiva	Christensen (1997)

Quadro 1 - Classificações das inovações

Fonte: Adaptado Stefanovitz, 2011

Pode-se, também, classificar a inovação em aberta ou fechada. Carvalho (2009) apresenta a definição de inovação fechada como sendo a filosofia de “se você quer fazer algo correto, faça você mesmo”. A organização possui o controle de todo o processo de inovação, desde a concepção até a comercialização de um produto ou realização de um serviço. A inovação aberta caracteriza-se pela busca de ideias para inovação em diversos ambientes (externos) e, comercialização dessas ideias por parte das organizações que as possuem. Assim, nota-se que a proteção intelectual não é uma condição suficiente, mas necessária (CARVALHO, 2009).

Verifica-se, que uma série de fatores que influenciam na busca pelo “inovar”, sendo o foco no consumidor e aprimoramento de um produto os principais fatores de influência. A percepção que o consumidor tem de uma inovação ajuda a explicar as diferentes taxas de adoção da mesma (LUCENA et al., 2008).

Logo, percebe-se que o ato de inovar não é simples, necessita de um planejamento, identificação do tipo de inovação o qual se pretende realizar, busca de fontes que proporcione o conhecimento a respeito do tema.

3. Metodologia:

Para Gil (2010) pesquisa pode ser definida como “o procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos”. Cervo et al. (2007) cita que “... a pesquisa bibliográfica é meio de formação por excelência e constitui o procedimento básico para estudos monográficos, pelos quais se busca o domínio do estado da arte”. Neste estudo realizaram-se pesquisas a respeito do conceito de qualidade, a evolução da mesma, além de abordagem sobre inovação e gestão da inovação. O referencial foi baseado em livros, artigos científicos, dissertação e teses. A pesquisa, ainda, é classificada como exploratório. Para a coleta de dados aplicou-se um questionário nas empresas pesquisadas. O

questionário foi baseado em publicações referentes à inovação, como o SAGRI do PGQP e o levantamento realizado pelo PINTEC.

4. Resultados:

Dentre os resultados encontrados, podem-se destacar aqueles referentes à dificuldade de inovar. Foi questionado qual o principal obstáculo na busca pela inovação. As respostas são demonstradas na figura 1.



Figura 1 - Dificuldades encontradas no momento de inovar

Cerca de 20% dos pesquisados acreditam que o alto custo para inovar é a principal dificuldade. Pessoal qualificado (mão de obra especializada) foi um item praticamente não citado como fator que afeta a prática de inovar, algo que vai de encontro ao apresentado pela Confederação Nacional da Indústria (CNI, 2012), que evidencia a mão de obra especializada como o terceiro maior problema vivenciado pelas indústrias do país, afetando 31,8% das indústrias. Ainda, destaca-se como dificuldades encontradas a escassez de fontes apropriadas de financiamento e a fraca resposta dos consumidores quanto a novos produtos (12,5%).

Dentre as principais práticas utilizadas para o desenvolvimento de ideias inovadoras, estão: utilização de programas internos (os quais possuem o intuito de propor debates e trocas de ideias), reuniões e análise crítica de indicadores (Tabela 1). Foram citados, ainda, sugestões de melhorias por parte de funcionários e clientes, realização de *Brainstorming*, utilização da plataforma virtual moodle para troca de ideias e realização de *workshops* com as lideranças.

Tabela 1 - Práticas para o desenvolvimento de ideias inovadoras

Práticas	%
Brainstorming	40%
Departamento de P&D	10%
Programas para geração de ideias	20%
Workshops	10%
Programas de reconhecimento	10%
Indicadores	10%

Com base na tabela 1, verifica-se que a prática de *Brainstorming* é a mais utilizada para a concepção de ideias, algo benéfico, pois esta ferramenta permite gerar novas ideias, conceitos e soluções para qualquer assunto ou tópico em um ambiente livre de críticas e de restrições à imaginação (SIQUEIRA, 2013).

Drucker (2002) expõe que as inovações pretendidas devem estar em alinhamento com as estratégias das empresas. Em função disso, foi questionado se os conceitos e as práticas voltadas à inovação estão inseridas em estratégias da organização ou empresa. Verifica-se que 88% dos respondentes afirmam que isso ocorre em suas organizações. É importante que as estratégias organizacionais estejam bem definidas, pois, de acordo com Mintzberg et al. (2000), as mesmas são definidas como planos da alta administração para que se possam atingir resultados condizentes com as missões e os objetivos da organização.

A liderança é parte indispensável para um ambiente apto à disseminação da inovação. Então, questionou-se o papel da liderança para o “inovar” e 50% dos respondentes acreditam que a liderança identifica as oportunidades voltadas à inovação e 38% afirmam que isso ocorre eventualmente.

5. Conclusão:

Na revisão tratou-se de definições e temas voltados a qualidade e inovação. Percebeu-se, por meio dos resultados, que a liderança apoia a inovação e identifica a sua importância. Também foi possível notar que *Brainstorming* e práticas de geração de ideias são as práticas mais utilizadas para a geração de ideias inovadoras. Quanto às dificuldades encontradas no momento em que as empresas buscam inovar, percebeu-se que os elevados custos foi o item mais citado. Ainda, foi citado como dificuldades a escassez de fontes apropriadas de financiamento e a fraca resposta dos consumidores quanto a novos produtos. Foi questionado se os conceitos e as práticas voltadas à inovação estão inseridas em estratégias da organização ou empresa e verificou-se que a maioria dos respondentes afirmaram que isso ocorre em suas organizações.

6. Bibliografia:

AFUAH, Allan. **Innovation management: strategies, implementation and profits**. Oxford University Press: New York, 2003.

CARVALHO, Marly Monteiro de. **Inovação: estratégias e comunidades de conhecimento**. São Paulo: Atlas, 2009.

CARVALHO, M. M.; PALADINI, E. P. **Gestão da qualidade: teoria e casos**. Rio de Janeiro: Campus, 2005. 304 p.

CERVO, Amado L., BERVIAN, Pedro A., Silva, Roberto da. **Metodologia científica**. 6. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

DEMING, W.E. **Qualidade: a revolução da administração**. Rio de Janeiro: Marques Saraiva, 1990.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. Ed., São Paulo: Editora Atlas, 2010.

GODOY, L.P.; SCHMIDT, A. S.; NETO, A. C.; CAMFIELD, C. E. R.; SANT'ANNA, L. C. C. **Avaliação do grau de contribuição das normas de garantia da qualidade ISO-9000 no desempenho de empresas certificadas.** Rev. Adm. UFSM, Santa Maria, v. 2, n. 1, p. 41-58, 2009.

HENRIQUES, Z. S.; NETO, M. S.; CAMARGO, S. H. R. V.; GIULIANI, A. C.; FARAH, O. E. **Estratégias de inovação das empresas metalúrgicas no setor sucroalcooleiro de Piracicaba.** Revista de Administração e Inovação, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 92-111, 2008.

LUCENA, D. M.; MULLER, P. H.; RIBEIRO, E. B. S.; SOUZA, F. F.; KORELO, J.C. **Processo de escolha de produtos em constante inovação: Inovatividade, objetivos de consumo e percepção da inovação.** Revista de Administração e Inovação, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 43-56, 2008.

OCDE. Manual de Oslo – **Diretrizes para a coleta e interpretação de dados sobre Inovação.** (2005); Tradução FINEP. Disponível em: www.finep.org.br.

PALADINI, Edson Pacheco. **Gestão da qualidade: teoria e prática.** 2 Ed. São Paulo: Atlas, 2009.
SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico.** São Paulo: Nova Cultural, 1988.

STACHELSKI, Leonardo, Dissertação de Mestrado - **O impacto da implantação da estratégia de gestão da Qualidade Total na cultura organizacional: Um estudo de caso,** Florianópolis, 2001. Disponível em: <www2.fcsh.unl.pt/docentes/luisrodrigues/mestrado%20cultura%20orga..pdf>

TIDD, J.; BESSANT, J.; PAVITT, K. **Gestão da Inovação.** 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico.** São Paulo: Nova Cultural, 1988.

SIQUEIRA, J. **Ferramentas de criatividade: Brainstorming.** Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <<http://www.ricardoalmeida.adm.br/brainstorming.pdf>>. Acessado em dezembro de 2013.