

RELEVÂNCIA E LIMITAÇÕES DA INOVAÇÃO EM PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS¹

Larissa Mastella Lena², Gracielie Da Silva Campos³, Dieter Rugard Siedenberg⁴.

¹ Ensaio teórico para trazer à discussão acadêmica de um conceito que - juntamente com outros - irá compor o referencial teórico de uma dissertação de mestrado no Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento

² Aluna de mestrado no Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento

³ Aluna de mestrado no Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento

⁴ Professor de mestrado no Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento

1. Introdução

O objetivo deste resumo expandido, apresentado na forma de ensaio teórico, é trazer à discussão acadêmica de um conceito que - juntamente com outros - irá compor o referencial teórico de uma dissertação de mestrado no Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento sobre barreiras e dificuldades que as pequenas e médias empresas enfrentam quando pretendem inovar. Busca-se identificar pontos determinantes que influenciam no desenvolvimento e permanência dessas empresas no mercado através da absorção das inovações, como também a relevância de inovar. Com base em estudos desenvolvidos no âmbito organizacional em 1991 da OECD (Organisation for Economic Co-Operation and Development), Garcia e Calantone (2001, p.112), afirmam que inovação é:

Um processo interativo iniciado pela percepção de uma nova oportunidade de mercado e/ou de serviço para uma invenção baseada em tecnologia que conduz a atividades de desenvolvimento, produção e marketing no esforço de obtenção de sucesso comercial da invenção.

Buscou-se auxílio na literatura científica através de seus conceitos para compreender como com a crescente globalização dos mercados, cada vez mais se faz necessário direcionar maior atenção a esses aspectos, para que as pequenas e médias empresas possam se beneficiar do fato de serem mais enxutas, além da possibilidade de tomada de decisão mais rápida com relação a grandes multinacionais, para que possam ser mais competitivas e não se prejudiquem por não ter conhecimento de como proceder e absorver as inovações. E ainda visualizar através de estudos já existentes na área quais são as barreiras mais comuns encontradas por essas empresas na hora de absorver as inovações. De acordo com Patterson & Fenoglio (1999) discorrem que o trabalho do mecanismo de inovação é o de coletar informações que talvez tenham valor para o negócio (informações de mercado, necessidades dos clientes, novas tecnologias) e sistematicamente adicionar valor a essa informação, até que a mesma descreva como produzir, usar, vender e dar suporte a novos e interessantes produtos e serviços.

Os objetivos deste estudo foram pesquisar e aprofundar os conhecimentos sobre a relevância da absorção das inovações em pequenas e médias empresas como também reconhecer as barreiras mais

Modalidade do trabalho: Ensaio teórico
Evento: XX Jornada de Pesquisa

comuns encontradas ao longo desse processo, para colaborar ao estudo realizado para a tese de Mestrado em Desenvolvimento.

2. Metodologia

Este estudo classificou-se como pesquisa de natureza bibliográfica, de abordagem qualitativa, quanto aos objetivos como descritiva e quanto aos procedimentos técnicos foi pesquisa bibliográfica. A coleta das informações e dados foi realizada através de revistas, artigos, livros, internet e demais ferramentas de pesquisa com base em estudos já realizados sobre o tema.

O estudo está em fase inicial e por este motivo apresenta suas limitações em relação às formas de pesquisa e as conclusões, futuramente será englobada a ele a parte prática da tese do mestrado o que permitirá conter dados, discussão e resultados mais concretos.

3. Resultados e discussão

A análise do estudo realizado até o momento permitiu constatar que os principais limitadores das inovações em pequenas e médias empresas são fatores econômicos, corporativos, culturais, legais e de aprendizado. A incapacidade momentânea do sistema de basear-se em cases de sucesso de outros países mais desenvolvidos e utilizá-los como modelo de implantação, pois além da distinção de recursos e tecnologias disponíveis de uma região para outra, ou entre os países, ainda existe a questão de diferença de classificação o que dificulta ainda mais a criação de um modelo para nortear esse processo. Constatou-se que o meio ou segmento ao qual a empresa está inserida pode também ser um limitador no quesito inovação, vai depender do grau de comprometimento dos órgãos, empresas e incentivos oferecidos para aquele nicho de mercado, como também a liberação e incentivos de recursos para a atividade inovativa.

O interessante é que foi reforçada a importância dessas empresas e seu desenvolvimento em uma visão ampliada, iniciando pela localidade a qual está inserida e relaciona-se de forma direta, como também em um contexto geral, visando um desenvolvimento global. Imperato e Harari (1997) defendem que as empresas que não tiverem a capacidade de colocar no mercado novos produtos ou serviços com certa regularidade, não terão muitas chances de sobrevivência independentemente da quantidade de despesas que eliminem, das melhorias que promovam no sistema ou da reestruturação, será necessário inovar, chegar à frente e determinar o tipo de expectativa que o cliente pode ter com relação a serviço, preço/produto.

Com base em pesquisas realizadas no país (gaucha.clicRBS, 2013) as micro e pequenas empresas representam 99% de todas as empresas do Brasil. O setor é responsável por 25% do Produto Interno Bruto do País. No Rio Grande do Sul, são 1.382.124 empregados. Representa 55% de todos os empregos formais do Estado, segundo o dado mais atualizado do Ministério do Trabalho. Um dos grandes parceiros dessas empresas é o Sebrae, que auxilia esses empresários a iniciar e nortear seu negócio. Neste sentido é necessário aprofundar os estudos e atenção sob essas organizações para melhor aproveitar os pontos positivos das mesmas e intensificá-los de forma a resolver os impasses

Modalidade do trabalho: Ensaio teórico
Evento: XX Jornada de Pesquisa

de absorção e utilização de inovação, para fazer com que essas empresas se mantenham no mercado, e aumentem seu ciclo de vida e a economia de sua região.

Com a abertura de mercados e a globalização econômica as empresas brasileiras vêm sendo desafiadas nas mais diversas hierarquias gerenciais e em grandes proporções na história. Nas últimas duas décadas a política e a economia fizeram do Brasil um cenário de luta pela sobrevivência no quesito empresarial, obrigando as empresas a serem mais competitivas para garantirem sua sobrevivência e o desenvolvimento econômico de sua região. Só no Rio Grande do Sul o programa microcrédito emprestou mais de 230 milhões em financiamentos para essas empresas (gaucha.clicRBS, 2013).

No entanto além desses fatores externos existem também fatores internos, que não podem mais ser ignorados e cada vez mais se tornam determinantes para a manutenção das empresas, e para que elas permaneçam competitivas garantindo seu espaço no mercado. Um desses fatores é a absorção de inovações em seu negócio, exigindo dessas empresas um cenário de aprendizagem. A importância da absorção de inovações já foi percebida e consolidada pela sociedade, pois como já demonstrado elas são responsáveis por grande parte do desenvolvimento das regiões. Com a consolidação da era do conhecimento o paradigma tecno-econômico sofre mudanças significativas o que amplia o leque de incentivos para essas empresas no segmento de inovação.

A gestão do conhecimento nas empresas envolve a interligação vinculada e intencional das pessoas, para que, com base no conhecimento, seja possível compartilhar idéias e raciocínios a fim de estimular a colaboração e a cooperação com vistas à promoção do desempenho da organização. A gestão do conhecimento pressupõe a adoção de práticas gerenciais compatíveis com os processos de criação e aprendizado individual e, também, na coordenação sistêmica de esforços em vários planos: organizacional e individual; estratégico e operacional; normas formais e informais (FAGGION; BALESTRIN; WEYH, 2002). Um dos principais desafios encontrados por essas empresas é que elas sendo heterogêneas torna-se mais difícil medir e monitorar a aplicação e desempenho dessas inovações.

Outro fator importante a ser levado em consideração é o sistema de inovação adotado por uma região específica, a articulação entre empresas, associações patronais, comerciais e de classe, centros de ensino e pesquisa, instituições financeiras e órgãos de políticas que caracterizam um sistema de inovações, como eles variam muito entre países e regiões muitas vezes torna impossível a aplicação de um “modelo” de absorção de inovações em um contexto que difere do já aplicado. Outro aspecto relevante é a qualificação interna dessas empresas, ela necessita estar em constante aprendizado e aprimoramento para que consiga absorver inovações e para que tenha a estrutura tanto física quanto corporativa para receber essas mudanças.

O aprendizado desenvolve habilidades tanto em nível organizacional quanto individual, possuindo forte determinação social (Lundvall, 1992), e ocorre por ações estratégicas coletivas e individuais específicas em busca da compreensão e solução de problemas complexos, que resultam na criação de novas competências. Compreender a cultura organizacional, os valores elementos simbólicos e práticas organizacionais torna-se fundamental para reconhecer como acontece o processo de aprendizagem, para Fleury e Fleury (1997) o maior desafio em aberto das empresas brasileiras é de

Modalidade do trabalho: Ensaio teórico
Evento: XX Jornada de Pesquisa

como passar por um processo de mudança revolucionária, superar os “traumas” e propor-se a viver num processo permanente de mudança.

As inovações podem ser tanto tecnológicas, como em remodelar um produto ou serviço, ou ainda expandir seu mercado de atuação entre outras formas de inovar, mas para isso alguns aspectos fundamentais precisam estar em pleno funcionamento e aprendizado constante. Segundo Lastres (2005) a inovação é movida pelo conhecimento em constante e crescente aceleração, contribuindo significativamente para a desestabilização e realização de mudança. O aprendizado é então, um processo fundamental para a construção de novas competências e obtenção de vantagens competitivas, o qual, pela repetição, experimentação, busca de novas fontes de informação e outros mecanismos, capacita tecnologicamente as firmas e estimula as suas atividades produtivas e inovativas.

Para Tidd (2008) a gestão da inovação diz respeito ao processo de planejamento, alocação organização e coordenação dos fatores que se julgam essenciais para que se desenvolva e se obtenha os resultados da inovação e os mesmos sustentem-se na organização. O Manual Oslo (2005) separa as principais barreiras à inovação por fatores, da seguinte maneira:

- i) Fatores relativos a custo: riscos percebidos como excessivos, custo muito elevado, carência de financiamento interno e carência de financiamento de outras fontes fora da empresa (capital de risco e fontes públicas de financiamento);
- ii) Fatores relativos aos conhecimentos: potencial inovador insuficiente, carência de pessoal qualificado, carência de informações sobre tecnologia, carência de informações sobre os mercados, deficiências na disponibilização de serviços externos, dificuldade de encontrar parceiros para cooperação (em desenvolvimento de produto ou processo e em parcerias de marketing), inflexibilidades organizacionais no interior da empresa (atitude do pessoal e da gerencia com relação a mudanças) e incapacidade de direcionar os funcionários para as atividades de inovação em virtude dos requisitos da produção;
- iii) Fatores de mercado: demanda incerta para bens ou serviços inovadores e mercado potencial dominado pelas empresas estabelecidas;
- iv) Fatores institucionais: carência de infraestrutura, fragilidade dos direitos de propriedade e legislação, regulação, padrões, tributação;
- v) Outras razões para não inovar: não necessidade de inovar decorrente de inovações antigas e não necessidade decorrente da falta de demanda por inovações.

Percebe-se que pelo Manual de Oslo (2005), que as dificuldades no momento de inovar podem estar relacionadas por um tipo específico de inovação, ou a mais de um, visto que os fatores relativos a custos são importantes em todos os tipos de inovação, já os fatores de mercado afetam o desenvolvimento de inovação de produto e as inovações de marketing.

4. Conclusões

Modalidade do trabalho: Ensaio teórico
Evento: XX Jornada de Pesquisa

Diante destas análises realizadas até o momento, conclui-se que a importância das inovações em pequenas e médias empresas foi comprovada por vários aspectos, tais como, seu papel fundamental no desenvolvimento da região em uma visão micro e também no contexto geral a nível mundial ampliando as perspectivas de crescimento e desenvolvimento para o macro ambiente. Ainda pela porcentagem de garantia e geração de empregos que as mesmas oferecem como também o desenvolvimento e aprendizagem das pessoas.

As principais barreiras limitadoras da absorção e aplicação das inovações também foram estudadas e mapeadas através de estudo e pesquisas já realizadas neste sentido como também através do Manual de OSLO, buscando identificar os principais pontos que dificultam esse processo, entendendo as diferenças de contextos e perspectivas envolvidas de acordo com cada região. Também foi de grande contribuição para a tese de Mestrado em Desenvolvimento possibilitando ampliar os estudos nesse ponto da pesquisa.

5. Palavras chaves

Mudanças tecnológicas, mudanças organizacionais, PME's

6. Referências Bibliográficas

FLEURY, Afonso; FLEURY, Maria T.L. Aprendizagem e inovação organizacional. São Paulo: Atlas, 1997.

GARCIA, R., Calantone, R. A critical look at technological innovation typology and innovativeness terminology: a literature review. *Journal of Product Innovation Management*. Michigan, 2000; 19: 110-132.

IMPARATO; Nicholas; HARARI; Oren. A grande virada. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

LASTRES, H.M.M; CASSIONATO, J.E.; ARROIO, A. Conhecimento, sistemas de inovação e desenvolvimento. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.

LUNDVALL, Bengt-Åke (edited by). National systems of innovation: towards and theory of innovation and interactive learning. London: Printer Publishers, 1992.

PATTERSON, M. L.; FENOGLIO, J. A. Leading Product Innovation: accelerating growth in a product-based business. New York: John Wiley & Sons, 1999.

SCHUMPETER, J. A. Capitalismo, socialismo e democracia. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961. 512p.

SCHUMPETER, J. A. Teoria do desenvolvimento econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982. 169p. (Série Os economistas)

Modalidade do trabalho: Ensaio teórico
Evento: XX Jornada de Pesquisa

VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração. . ed. São Paulo: Atlas, 2004.

Sites:

Acesso em 15/06: <http://www.infotec.org.br/noticias/noticiaDetalhe.aspx?id=4>

Acesso em 15/06: http://www.researchgate.net/profile/Alsones_Balestrin/publication/228893533_Gerao_de_conhecimento_e_inteligencia_estrategica_no_universo_das_redes_interorganizacionais/links/544e31c00cf2bca5ce8f1064.pdf

Acesso em 15/06: <http://gaucha.clicrbs.com.br/rs/noticia-aberta/cresce-abertura-de-micro-e-pequenas-empresas-no-estado-22480.html>

Acesso em 15/06: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/industria/pintec/2008/default.shtm>