

Benefícios Fiscais e Investimento em Inovação Tecnológica: um estudo sobre a percepção das empresas do oeste de Santa Catarina

Autor 1

Autor 2

Autor 3

Autor 4

Autor

Resumo

Atualmente a inovação tem sido uma questão bastante discutida, buscada e incentivada no meio organizacional. As empresas inovam por várias razões, mas destaca-se o objetivo de melhorar o seu desempenho, sendo através da criação de um novo produto ou a melhoria de um processo. A inovação e os investimentos em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) vêm crescendo significativamente em todo o mundo, auxiliando de maneira positiva o desenvolvimento dos países. A indústria brasileira tem a sua disposição uma série de instrumentos e mecanismos de incentivo à P&D, a Lei nº 11.196/05 instituiu-se no Brasil como um modelo de incentivo fiscal à pesquisa, onde a mesma passou a ser conhecida como “lei do bem”, pois é raro uma lei tributária criar isenção fiscal. O objetivo geral deste estudo consiste em analisar as empresas de uma região do estado de Santa Catarina que utilizam desse benefício e investem em inovações tecnológicas, bem como identificar os benefícios e exigências para utilização dos incentivos fiscais previstos na Lei. Os resultados apontam que apesar da necessidade de inovar e diante do fato de que os investimentos em busca disso não são poucos, as organizações pesquisadas ainda não utilizam de maneira significativa os benefícios dos incentivos fiscais disponibilizados pela legislação brasileira. Um dos fatores mais relevantes para essa não utilização é o enquadramento fiscal das empresas.

Palavras-chave: Inovação tecnológica, incentivos fiscais, Lei do Bem.

Tax benefits and Investment in Innovation: a study about the perception of companies in the west of Santa Catarina

Abstract

Nowadays the innovation has been an issue much discussed, sought and encouraged in the organizational environment. Companies innovate for several reasons, but stands out in order to improve their performance, and by creating a new product or improvement of a process. Innovation and investment in Research and Development (R & D) have grown significantly worldwide, assisting positively the development of countries. The Brazilian industry has several tools and mechanisms for encouraging R & D, the Law No. 11,196 / 05 was instituted in Brazil as a model of fiscal incentives for research, It became known as "good's law " because it is rare to create a tax law tax exemption. The aim of this study was to analyze the companies from a region of the state of Santa Catarina using this benefit and invest in technological innovation and identify the benefits and requirements for use of tax incentives provided for in the Act. The results show that despite the need to innovate and given the fact that investments in search of it are not few, organizations surveyed still do not use significantly the benefits of tax incentives provided by Brazilian law. One of the most important factors for this non-use is the tax environment for business.

Key-words: Technology innovation, tax benefits, good's law.

1 INTRODUÇÃO

Várias são as conceituações para inovação, mas inicialmente faz sentido compreendê-la como significando novidade e, o ato de inovar, pode se dar por meio de novos conceitos ou ideias já existentes melhoradas. Percebe-se que atualmente, as empresas precisam se destacar diante de seus concorrentes, com o intuito de se destacar no mercado em que atua e ser atrativa para o consumidor, para isso, devem a inovação pode ser um diferencial perante um cenário tão competitivo. Para Tidd e Bessant (2013) “a inovação é movida pela habilidade de estabelecer relações, detectar oportunidades e tirar proveito delas”.

De acordo com o Manual de OSLO (2005), é fundamental entender por que as empresas inovam. A razão última é a melhoria de seu desempenho, por exemplo, pelo aumento da demanda ou a redução dos custos. Um novo produto ou processo pode ser uma fonte de vantagem mercadológica para o inovador. No caso de inovações de processo que aumentam a produtividade, a empresa adquire uma vantagem de custo sobre seus competidores permitindo uma margem sobre custos mais elevado para o preço de mercado prevalecente ou, dependendo da elasticidade da demanda, o uso de uma combinação de preço menor e margem sobre custos maior em relação a seus competidores, para ganhar fatias de mercado e aumentar os lucros. No caso da inovação de produto, a empresa pode ganhar uma vantagem competitiva por meio da introdução de um novo produto, o que lhe confere a possibilidade de maior demanda e maiores margem sobre custos.

Schumpeter (1997) e Tidd e Bessant (2013) definem cinco tipos de inovações capazes de promover mudanças, sendo: a introdução de um novo produto; a introdução de um novo método de produção; a abertura de um novo mercado; a conquista de uma nova fonte de insumos; e o estabelecimento de uma nova organização industrial seja pela criação de um monopólio, ou pela fragmentação de um monopólio. Porém esses mesmo autores concordam que a inovação não se limita isso e sim, depende de um conjunto de fatores derivados desses tipos. Por exemplo: a inovação não depender apenas de novos mercado e sim, também, ser capaz de criar novas perspectivas em mercados já existentes.

Além disso, a área de pesquisa e desenvolvimento (P&D) também pode ser considerada como sendo de destaque quando o assunto é inovação. Afinal, através dessa área a empresa pode criar ou inovar seus produtos, podendo assim usufruir dos incentivos fiscais fornecidos pelo governo, como por exemplo por meio da Lei nº 11.196/05, que se destina a todas as empresas que aplicam recursos em inovação.

Porém, merece destaque o fato de que os benefícios dessa lei são restritos, ou seja, parte dos incentivos é destinado ao abatimento de Imposto de Renda e Contribuição Social sobre o Lucro, e dessa forma, as maiores beneficiadas são as empresas que optam pelo chamado Lucro Real, que é uma das opções tributárias das empresas (SANCHEZ, 2009).

Sendo assim, dentro desse contexto, faz sentido que o problema de pesquisa desse estudo seja: identificar a percepção das empresas do Oeste do estado de Santa Catarina sobre os benefícios fiscais versus investimento de inovação tecnológica. Já o objetivo é identificar as empresas que utilizam desse benefício e investem em inovações tecnológicas, bem como identificar os benefícios e exigências para utilização dos incentivos fiscais previstos na Lei do Bem.

Pode-se apresentar como justificativas para esse estudo, o de não haver uma divulgação da Lei do Bem por parte do governo, também devido à falta de conhecimento da população, além de ter o propósito de verificar quais empresas possuem conhecimento da referida lei, e

ainda, identificar quais empresas da região pesquisada usufruem dos benefícios propostos em Lei.

Para melhor direcionamento desse estudo, ele foi dividido em cinco seções distintas mas complementares: a primeira constitui a introdução, já a segunda trata-se do referencial teórico, na terceira é apresentada a vertente metodológica utilizada, a quarta apresenta a análise e discussão dos dados e por fim, a última seção apresenta as conclusões finais do estudo.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 INOVAÇÃO TECNOLÓGICA

No contexto de competitividade que as organizações do século XXI vivenciam, a inovação e os investimentos em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) vêm crescendo significativamente em todo o mundo, auxiliando de maneira positiva o desenvolvimento de vantagens que possam ser consideradas competitivas para as organizações e o mercado onde estas encontram-se inseridas.

Para Tidd e Bessant (2013) em relação a vantagem competitiva, o cenário está gradativamente mudando em favor das organizações que conseguem conhecimento e avanços tecnológicos conceber criação de novidades no contexto mercadológico que estão inseridas.

Perante as grandes e rápidas mudanças que ocorrem a nível global nos dias atuais, a inovação tecnológica tornou-se um requisito vital para todas as organizações, sejam estas de pequeno, médio ou grande porte, bem como pertençam a qualquer setor de atuação que seja. Já não basta mais apenas oferecer qualidade aos clientes. Muitas empresas que produziam produtos ou ofereciam serviços de qualidade pereceram nos últimos anos tendo em vista a falta de inovação percebida pelos seus consumidores. (SILVA, HARTMAN E REIS, 2008).

De acordo com o artigo 17 § 1º da Lei 11.196/05, considera-se inovação tecnológica a concepção de novo produto ou processo de fabricação, bem como a agregação de novas funcionalidades ou características ao produto ou processo que implique melhorias incrementais e efetivo ganho de qualidade ou produtividade, resultando maior competitividade no mercado.

Conforme o manual de OSLO (2005), referência mundial que dita diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação, as atividades de inovação são etapas científicas, tecnológicas, organizacionais, financeiras e comerciais que conduzem, ou visam conduzir, à implementação de inovações.

Já Barañano (2005) diz que o progresso tecnológico leva, através do aumento da produtividade/competitividade das empresas, ao desenvolvimento econômico que, por sua vez, eleva o nível de vida da população em geral.

Outrossim, os impactos das inovações, em geral, somente podem ser verificados quando os efeitos das atividades inovativas já estão concretizados e podem ser perceptíveis. (PINTEC, 2011). Tidd e Bessant (2013) citando Drucker (1985) descrevem a inovação como sendo uma ferramenta específica em que os empreendedores exploram as mudanças como oportunidades para um negócio ou serviço diferenciados. Segundo esses autores, a inovação é um disciplina que pode ser ensinada e aprendida.

Buscando melhor caracterizar a inovação, vale referenciar Schumpeter (1997) que a descreve como sendo arriscada, impossível para a maioria dos produtores. Essa descrição de dificuldade para inovação é reforçada por Monte (2008), que afirma existirem muitos obstáculos para ela, como: as vezes o processo pode ser interrompido pela falta de avanço

tecnológico associado, pela ausência de financiamento ou até mesmo pela falta de conhecimento sobre a área, entre tantos outros.

Ainda é pertinente compreender, que os resultados decorrentes da inovação se referem a decisões tomadas de forma planejada, baseadas sobretudo, na expectativa de obtenção de lucros diferenciados, de modo que os principais efeitos das inovações estão relacionados ao aumento da capacidade competitiva das empresas inovadoras, do valor adicionado e da conquista de mercados. (PINTEC, 2011)

Portanto, a inovação é um complexo processo tecnológico, sociológico e econômico, que envolve uma teia extremamente intrincada de interações, tanto no interior da empresa como entre a empresa e as suas envolventes economia, técnica, concorrencial e social. (BARAÑANO, 2005)

No contexto brasileiro, percebe-se que a política de ciência e tecnologia sempre foi baseada no conceito de que a oferta de bens e serviços tecnológicos seriam uma força determinante na consecução do objetivo maior de estimular o desenvolvimento econômico e, em particular, o progresso técnico da economia. (MENDONÇA, 2008)

Na opinião de Monte (2008), apesar de o conceito e entendimento da busca por “inovação” ter se tornado um dos motores da economia mundial, é preciso que ele se incorpore às mais diferentes configurações empresariais, de modo a proporcionar um crescimento solidário, inserindo outras camadas sociais no contexto econômico.

Barañano (2005) afirma que os gestores capazes de definir e implementar estratégias de inovação devem ser capazes de adotar uma visão de longo prazo, uma vez que os resultados das inovações, nomeadamente as de tipo radical, não surgirão rapidamente.

Algumas atividades de inovação são em si inovadoras, outras não são atividades novas mas são necessárias para a implementação de inovações. As atividades de inovação também inserem a P&D que não está diretamente relacionada ao desenvolvimento de uma inovação específica. (OSLO, 2005)

Mendonça (2008), afirma que a política de inovação evoluiu nos últimos anos, mas sua implementação ainda deixa muito a desejar. Em especial, no que se refere ao volume de recursos e instrumentos de apoio à P&D empresarial, o acesso aos recursos está concentrado nas grandes empresas e naqueles que já praticavam de alguma forma ações de desenvolvimento tecnológico. Ou seja, essas políticas ainda não permeiam a estrutura industrial, em particular as empresas de menor porte.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE referente Inovação Tecnológica - PINTEC 2011, as atividades que as empresas empreendem para inovar são de dois tipos: P&D (pesquisa básica, aplicada ou desenvolvimento experimental); e outras atividades não relacionadas com P&D, envolvendo a aquisição de bens, serviços e conhecimentos externos.

Percebe-se que os impactos da inovação vão além do desenvolvimento da empresa, auxiliam na redução dos custos, aumentam a flexibilidade na produção, melhoram a qualidade dos produtos ou serviços, entre outros impactos que permitem um custo menor do produto final, dessa maneira a empresa terá uma margem de custo menos elevada para definir seu preço de venda.

Conforme Pesquisa Industrial de Inovação Tecnológica 2011 (Pintec), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), no período de 2009 a 2011, do universo de 128.699 empresas com 10 ou mais pessoas ocupadas, 45.950 implementaram produtos ou processos

novos ou significativamente aprimorados, correspondendo a uma taxa geral de inovação de 35,7%.

Negri e Kubota (2008) afirmam que as grandes empresas fizeram cálculos da economia relativa gerada pelos incentivos, e, com base neles, aumentaram suas equipes de engenharia; empresas transnacionais aumentaram as equipes de P&D.

Para a MEI - Mobilização Empresarial pela Inovação (2010), o motor da inovação é a competição. As empresas inovam por exigência do mercado. Inovação depende de muitas coisas: de recursos humanos qualificados, de políticas de estímulo, de um adequado ambiente econômico e regulatório, da interação com universidades e institutos de pesquisa. Mas é o fato de ser uma exigência da competição que torna a inovação um tema essencialmente do mundo dos negócios.

O interesse das empresas pelos processos inovadores vem crescendo significativamente, além de torná-las mais competitivas perante o mercado, garantem o crescimento econômico nos dias atuais e auxiliam no aprimoramento da qualidade dos produtos e serviços oferecidos ao consumidor.

2.2 INCENTIVOS FISCAIS NO BRASIL

O Brasil é um país de tradição na adoção de medidas de apoio ao desenvolvimento científico e tecnológico. Desde a época o Império, logo após a chegada da Família Real ao país, foram criadas instituições públicas de pesquisa nas áreas de botânica, agronomia, medicina e engenharia (MENDONÇA, 2008).

Atualmente, no mundo inteiro governos buscam incentivar o aumento de pesquisa e desenvolvimento (P&D), fornecendo incentivos fiscais às empresas produtoras de inovação, para com isso fortalecer o crescimento econômico do país. Porém, muitas empresas não possuem conhecimento da legislação, e a mesma não possui muita divulgação.

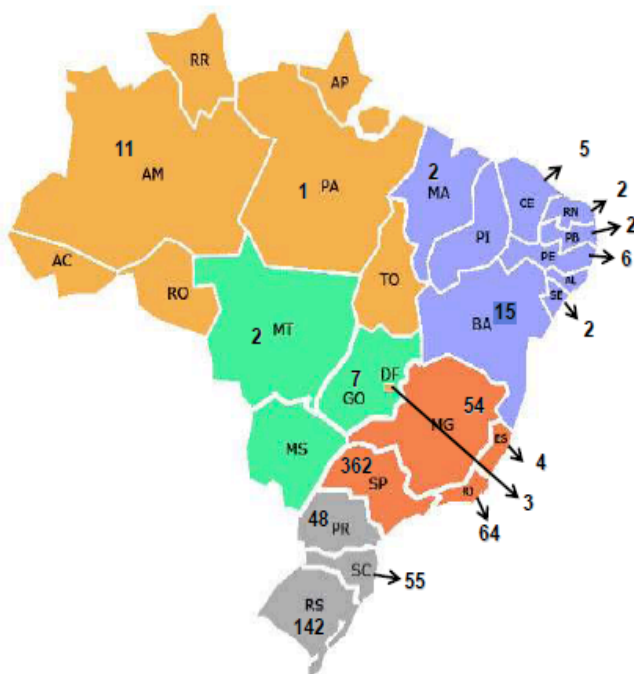


Figura 1 – Distribuição espacial do número de empresas beneficiárias dos incentivos fiscais por Estado – ano base 2012.

Fonte: Mendonça (2008)

Ainda segundo Mendonça (2008), a indústria brasileira tem a sua disposição uma série de instrumentos e mecanismos de incentivo à P&D, mas os problemas existentes no marco regulatório, na institucionalidade e na sua implantação reduzem a eficácia de seu uso e os tornam muito onerosos para as indústrias.

De acordo com Sanchez (2009), em 2005, com o advento da Lei 11.196, instituiu-se no Brasil um modelo de incentivo fiscal à pesquisa, que procurava corrigir a distorção da pesquisa ser originária de entidades públicas e dependente da burocracia típica do estado brasileiro, incentivando que a inovação aconteça de forma mais eficiente.

Conforme dados apresentados pelo Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação – MCTI (2013), a Figura 1 apresenta uma visão global da distribuição espacial do número de empresas beneficiárias dos incentivos fiscais (empresas classificadas) por Estado, no ano base 2012.

Ainda, segundo o Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação – MCTI (2013), tendo em vista o número de empresas que realizam atividades de P&D no País, tais quantitativos poderiam ser bem mais significativos, porém devido a uma série de fatores (desconhecimento da legislação, inexistência de gestão tecnológica numa boa parte das empresas, necessidade das empresas operarem em regime de lucro real, a baixa participação das Regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, dentre outros motivos) têm dificultado para que um maior número de empresas estejam participando do programa dos incentivos fiscais da Lei do Bem.

2.3 INCENTIVOS PREVISTOS NA LEI DO BEM

Para Sanchez (2012), a Lei nº 11.196 passou a ser conhecida como “lei do bem” porque é raro uma lei tributária criar isenção fiscal, como fez essa lei. Além dos incentivos à inovação, também trouxe incentivos para outras entidades.

A partir da instituição da Lei nº 11.196/05, conhecida como Lei do Bem, a pessoa jurídica poderá usufruir de alguns incentivos fiscais ligados à inovação tecnológica, que são: deduções de Imposto de Renda e da Contribuição sobre o Lucro Líquido de dispêndios efetuados em atividades de pesquisa e desenvolvimento; redução de 50% do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) incidente sobre equipamentos, máquinas, aparelhos e instrumentos, bem como os acessórios sobressalentes e ferramentas que acompanham esses bens, desde que destinados à pesquisa e ao desenvolvimento tecnológico; depreciação integral, no próprio ano da aquisição, de máquinas, equipamentos, aparelhos e instrumentos, novos, destinados à utilização nas atividades de pesquisa tecnológica e desenvolvimento de inovação tecnológica, para efeito de apuração do IRPJ e da CSLL; amortização acelerada, mediante dedução como custo ou despesa operacional, no período de apuração em que forem efetuados, dos dispêndios relativos à aquisição de bens intangíveis, vinculados exclusivamente às atividades de pesquisa tecnológica e desenvolvimento de inovação tecnológica, classificáveis no ativo diferido do beneficiário, para efeito de apuração do IRPJ; e redução a 0 (zero) da alíquota do imposto de renda retido na fonte nas remessas efetuadas para o exterior destinadas ao registro e manutenção de marcas,

Conforme a Lei nº 11.196, de 21 de novembro de 2005, poderão ser considerados como dispêndios os salários e os encargos sociais e trabalhistas de pesquisadores e de pessoal de prestação de serviço de apoio técnico; a capacitação de pesquisadores e de pessoal de prestação de serviços de apoio técnico.

Ainda segundo a lei, também poderão ser considerados como dispêndios os custos com pesquisadores contratados pela pessoa jurídica, desde que conste expressamente em seu contrato de trabalho o desempenho como pesquisador em atividades de inovação tecnológica desenvolvida pelo empregador; e a empresa possua, para o projeto incentivado, controle das atividades desenvolvidas e respectivas horas trabalhadas.

O § 7 diz que a pessoa jurídica beneficiária dos incentivos de que trata este artigo fica obrigada a prestar, em meio eletrônico, informações sobre os programas de pesquisa, desenvolvimento tecnológico e inovação, na forma estabelecida em regulamento.

Através dos incentivos fiscais citados acima, a Lei do Bem, busca incentivar as empresas a realizarem atividades próprias de pesquisa e desenvolvimento. Mendonça (2008) afirma que a Lei do Bem restringe o incentivo fiscal para inovação tecnológica apenas ao Imposto de Renda sobre o lucro real. Ora, esse regime fiscal é praticado quase exclusivamente pelas grandes empresas. As demais empresas estão no regime do lucro presumido e não têm direito aos incentivos.

Para Sanchez (2009) muitas empresas ainda não utilizam os recursos e benefícios da Lei do Bem, principalmente por desconhecimento. Pode-se citar outros fatores, mas que ainda preservam relação com este: falta de assessoria especializadas, que não deixa de ser falta de conhecimento; medo do fisco; dúvidas quanto à interpretação da Lei e demora na decisão interna.

Para mudar esse panorama o principal é a divulgação da Lei, pois a mudança sempre encontra resistência (SANCHEZ, 2009).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo, quanto aos procedimentos, caracteriza-se como pesquisa exploratória, conforme Gil (2010), a pesquisa exploratória proporciona maior familiaridade com o problema procurando explicitá-lo e aprimorar ideias sobre o tema.

Também, caracteriza-se por ser uma pesquisa de levantamento ou survey. Segundo Gil (1999), as pesquisas de levantamento “se caracterizam pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer. Basicamente, procede-se a solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para em seguida, mediante análise quantitativa, obter conclusões correspondentes aos dados coletados”.

Quanto à abordagem do problema essa pesquisa possui características quantitativas, sendo que através das informações coletadas será possível ter maior conhecimento do problema da pesquisa. Raupp e Beuren (2012, p. 92), afirmam que “a abordagem quantitativa caracteriza-se pelo emprego de instrumentos estatísticos, tanto na coleta quanto no tratamento dos dados”.

A população deste trabalho é definida através das empresas beneficiárias da Lei nº 11.196/05 em relação aos incentivos fiscais propostos pela mesma. A amostra foi composta pelas empresas que investiram em inovação e usufruíram dos incentivos fiscais localizadas no Oeste do Estado de Santa Catarina.

O método de pesquisa aplicado para realização do presente trabalho foi levantamento ou survey, dessa maneira foi possível obter resultados almejados, foram elaborados e aplicados questionários de pesquisa em diversas organizações.

Para aplicação do questionário, foi desenvolvido no Google Docs um formulário online, onde o mesmo foi enviado para contatos em empresas e no Conselho Regional de Contabilidade (CRC), esse órgão de classe então encaminhou o link para que seus associados pudessem contribuir com a pesquisa. Assim, foram obtidas 33 (trinta e três) respostas dos contadores ou responsáveis das empresas.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesse capítulo são apresentados os resultados da pesquisa, onde primeiramente buscou-se traçar um perfil demográfico dos respondentes. Sendo assim, pela amostra os respondentes, representantes das empresas, caracterizam-se por serem predominantemente do gênero masculino, ou seja, de aproximadamente 70%. Em termos de idade a maioria apresenta estar entre os 26 e 33 anos (45%), logo em seguida vem os respondentes acima de 42 anos (39%). O grau de instrução é elevado, pois a maioria possui curso de Especialização em seu currículo (84%). Cabe ressaltar que todos os respondentes do questionário são da área de Ciências Contábeis. Em termos de cargo/função, são predominantes os contadores gerais.

Quanto ao tamanho das empresas respondentes, pode-se analisar que elas possuem em sua maioria até 50 funcionários (67%). De acordo com o SEBRAE (2013), consideram-se empresas de pequeno porte, no setor de indústrias, aquelas que possuem até 99 funcionários. Dessa forma, a partir dos resultados obtidos, 23 das empresas respondentes são de pequeno porte, e as demais se enquadram em médio porte (até 499 funcionários).

Analisando as empresas respondentes, pode-se verificar que o faturamento é predominante até R\$ 5.000.000,00 e a forma de tributação em sua maioria se dá por empresas do Simples Nacional, seguindo por empresas que utilizam o Lucro Real. A forma de tributação adotada pela empresa determina a possibilidade de incentivos fiscais, conforme previsto na Lei 11.196/05, sendo que uma parte dos mesmos está direcionada para a exclusão da base de cálculo do imposto de renda, aplicado apenas para empresas tributadas pelo Lucro Real.

Variável	Valores	Frequência	Porcentagem
A empresa investe em inovação?	Nunca	6	18,18%
	Às vezes	17	51,52%
	Sempre	10	30,30%
Qual o percentual em relação ao faturamento?	De 0 a 5%	10	30,30%
	De 6 a 10%	4	12,12%
	De 11 a 15%	2	6,06%
	De 15 a 20%	3	9,09%
	Não responderam	14	42,43%

Quadro 1 – A empresa investe em inovação?

Fonte: Autores com dados da pesquisa

As questões contidas no Quadro 1 identificam se a empresa investe em inovação e pode-se analisar que 17 das 33 empresas respondentes investem em inovação às vezes, número que corresponde a 51,52%. As empresas que sempre estão investindo em inovação tecnológica corresponde a 30,30% do total; e apenas 18,18% das empresas respondentes nunca investem em inovação.

Das empresas que investem em inovação, 10 empreendimentos possuem um percentual investido de 0 a 5% em relação ao faturamento anual. Dessas, 4 empresas investem entre 6 a 10% do faturamento; duas empresas possuem um investimento de 11 a 15% do faturamento; e apenas 3 empresas possuem o percentual de 15 a 20% sob o faturamento investido anualmente em inovação tecnológica.

Os dados revelaram que 26 das 33 empresas respondentes não possuem um setor específico para área de desenvolvimento de novos produtos. Sendo a área de pesquisa e desenvolvimento muito importante para a criação de um novo produto ou processo. Das empresas que responderam o questionário apenas 21,21% possuem o setor com a finalidade voltada à inovação tecnológica, o que corresponde a 7 empresas. Das empresas que possuem um setor específico, apenas 3 possuem a área de pesquisa e desenvolvimento; uma empresa trata o mesmo como marketing e inovação; e duas empresas apostam no setor fiscal e financeiro. A grande maioria das empresas não responderam essa questão.

A pesquisa buscou identificar o que motiva as empresas do Oeste Catarinense a investir em inovação tecnológica. Os dados demonstram que atualmente as empresas investem em inovação tecnológica com o intuito de obter maiores lucros, desenvolver um produto com menor custo e se manter cada vez mais competitivos no mercado.

Assim, percebe-se que o que motiva as empresas a investirem cada vez mais em inovação tecnológica são: investir com o objetivo de melhoria contínua dos processos - 54%; investir para melhorar a qualidade dos produtos - 23%; possuir o objetivo de desenvolver novos produtos - 11%. Dos empreendimentos respondentes apenas 9% investem em inovação tecnológica para obter os incentivos fiscais que estão previstos na Lei nº 11.196/05; e 3% buscam estar sempre à frente dos concorrentes.

Variável	Valores	Frequência	Porcentagem
A empresa utiliza os incentivos fiscais previstos na Lei 11.196/05?	Sim	4	12,12%
	Não	29	87,88%
Como a empresa teve conhecimento dos incentivos fiscais?	Base na legislação vigente	18	45,00%
	Consultoria especializada	4	10,00%
	Imprensa	4	10,00%
	Por meio de colegas da profissão	4	10,00%
	Não responderam	10	25,00%
O que impede que a empresa usufrua dos benefícios?	Desconhecimento da Lei	14	37,84%
	Resistência dos empresários	7	18,92%
	Poucos incentivos	7	18,92%
	Não interessa para atividade	6	16,22%
	Não responderam	3	8,10%
Quais as principais dificuldades encontradas?	Falta de recursos financeiros	10	27,78%
	Falta de profissionais qualificados	14	38,89%
	Não responderam	12	33,33%
Quais fatores motivam a empresa a utilizar tais incentivos?	Desenvolvimentos de novos produtos	5	13,89%
	Redução de tributos	16	44,44%
	Não utiliza os incentivos	1	2,78%
	Não responderam	14	38,89%

Quadro 2 –Incentivos fiscais

Fonte: Autores com dados da pesquisa

Conforme o Quadro 2, percebe-se que 29 das 33 empresas respondentes, que corresponde a 87,88%, não utilizam os incentivos fiscais previstos na Lei nº 11.196/05; apenas 4 empresas, correspondente a 12,12%, utilizam tais benefícios.

Das 33 empresas que responderam o questionário, 45% dessas alegaram em sua maioria ter conhecimento da Lei nº 11.196/05, mais conhecida como Lei do Bem, com base na legislação vigente; 30% tiveram conhecimento dos benefícios fiscais a partir da imprensa, consultoria especializada ou por meio de colegas da profissão; 25% dos respondentes não responderam essa questão.

Para as empresas que não investem em inovação tecnológica, os fatores apontados pela maioria são o desconhecimento da lei, onde 14 empresas afirmaram desconhecer a legislação vigente; 7 respondentes afirmaram a resistência dos empresários em investir em inovação; também 7 empresas afirmaram que os poucos incentivos impedem os investimentos; para 6 empresas os benefícios não interessam para a atividade que exercem; e 3 não responderam o questionário.

As empresas inovadoras informaram as principais dificuldades que encontraram, entre as respondentes 10 empresas afirmaram que uma das dificuldades encontradas foi a falta de recursos financeiros, também foi apontado por 14 empreendimentos a falta de profissionais qualificados; dessas, 12 empresas não responderam.

Os fatores que motivam as empresas a utilizar os incentivos previstos na Lei nº 11.196/05, são em sua maioria a redução dos tributos, onde 16 das empresas que responderam o questionário afirmaram terem esse fator como principal incentivo. Assim, Pode-se analisar que a grande maioria das empresas acabam não investindo em inovação tecnológica por desconhecimento da lei, o que cabe ao Governo a divulgação da mesma para a população. Além disso, divulgar também os fundos de financiamento para pesquisa e desenvolvimento, estimular e incentivar as empresas a investirem na inovação de seus produtos ou processos.

Através dos indicadores da Figura 4, é possível perceber o retorno obtido com a implantação de um novo produto ou processo. Do total de 33 empresas, 11 obtiveram um aumento no faturamento com a implantação de um novo produto ou processo. Dessas, 8 empresas não sentiram diferença no faturamento e 7 empreendimentos desconhecem tal informação.

Com relação ao percentual do aumento do faturamento, 3 das empresas respondentes marcaram entre 16 a 20%, pode ser considerado uma quantidade significativa, sendo que duas empresas afirmaram um aumentos entre 0 a 5%, também duas empresas assinalaram a opção entre 6 a 10%; entretanto a maior parte, 25 empresas das 33 analisadas não responderam esse item.

Variável	Valores	Frequência	Porcentagem
Com a implantação de um novo produto ou processo, houve aumento no faturamento?	Sim	11	33,34%
	Não	8	24,24%
	Desconheço	7	21,21%
	Não responderam	7	21,21%
Qual o percentual?	De 0 a 5%	2	6,06%
	De 6 a 10%	2	6,06%
	De 11 a 15%	1	3,03%
	De 16 a 20%	3	9,09%
	Não responderam	25	75,76%
Os produtos beneficiados com inovação foram bem aceitos pelo mercado?	Sim	9	27,27%
	Não	3	9,09%
	Não sei responder	21	63,64%

Quadro 3– O retorno da implantação de um novo produto ou processo

Fonte: Autores com dados da pesquisa

Com base no Quadro 3 pode-se analisar também se os produtos que foram beneficiados com inovação foram bem aceitos pelo mercado, sendo que 9 empresas afirmaram que sim, apenas 3 empreendimentos não obtiveram uma boa aceitação do produto pelo mercado. Das empresas respondentes, 21 não responderam essa questão.

5 CONCLUSÕES

Este estudo teve como objetivo identificar as empresas que utilizam os benefícios fiscais previstos na Lei nº 11.196/05, bem como identificar os empreendimentos que investem em inovação tecnológica, quais as principais dificuldades e o que motiva a empresa a utilizar os incentivos fiscais previstos na Lei do Bem.

Para tanto, realizou-se uma pesquisa exploratória, de levantamento e quantitativa, onde foi elaborado um questionário e enviado aos profissionais de contabilidade localizados no Oeste de Santa Catarina. Ao todo, foram obtidas 33 respostas, sendo esse o número de empresas que compõe a amostra da pesquisa.

Através da pesquisa realizada constatou-se que grande parte das empresas respondentes não utilizam os incentivos fiscais previstos na Lei nº 11.196/05, mais conhecida como Lei do Bem. Considerando os resultados obtidos, pode-se observar que a grande maioria das empresas respondentes estão enquadradas no regime de tributação do Simples Nacional. Porém quem tem o maior benefício ao investir em inovação tecnológica são as empresas tributadas pelo Lucro Real.

A forma de tributação adotada pela empresa determina a possibilidade de incentivos fiscais, sendo que uma parte dos mesmos está direcionada para a exclusão da base de cálculo do imposto de renda, aplicado apenas para empresas tributadas pelo Lucro Real. Dessa maneira, a solução seria alterar a Lei em vigência, ou criar uma nova Lei que possa beneficiar as empresas do Simples Nacional.

De forma geral, conclui-se que a maioria das empresas acabam não investindo em inovação tecnológica por desconhecimento da lei, por resistência dos empresários ou pelos poucos incentivos oferecidos.

Das empresas que realizam tal investimento, o que motiva é a melhoria contínua no processo, melhoria na qualidade ou o desenvolvimento de um novo produto. São poucos os empreendimentos que investem com a intenção de obter algum benefício conforme previsto em Lei.

Muitas empresas não se consideram inovadoras, porém se uma empresa adota uma tecnologia para melhoria de um processo, já está inovando. Dessa maneira pode se candidatar para usufruir os benefícios fiscais. O Governo Federal tem que atrair cada vez mais empresas, para isso deve trabalhar na divulgação da Lei nº 11.196/05, fazer parcerias com o Governo Estadual e Municipal para que auxiliem nesse processo, pois dessa maneira estarão movimentando a economia do país.

REFERÊNCIAS

BARAÑANO, Ana Maria. Gestão da Inovação Tecnológica: Estudo de Cinco PMEs Portuguesas. **Revista Brasileira de Inovação**, ano 2005, n.4, p.57, jan-jun.2005.

BEUREN, Ilse Maria et al. (org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

BRASIL. Lei n.º 11.196, de 21 de novembro de 2005. Dispõe sobre o Regime Especial de Tributação para a Plataforma de Exportação de Serviços de Tecnologia da Informação - REPES, o Regime Especial de Aquisição de Bens de Capital para Empresas Exportadoras - RECAP e o Programa de Inclusão Digital; dispõe sobre incentivos fiscais para a inovação tecnológica e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 22 nov. 2005. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/lei/11196.htm>. Acesso em: 04 jul. 2014.

CARON, Antoninho. **Inovação Tecnológica em Pequenas e Médias Empresas**. Revista FAE BUSINESS número 8 maio 2004.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2010.

MANUAL DE OSLO. **Diretrizes para Coleta e Interpretação de Dados sobre Inovação**. Disponível em: <http://www.mct.gov.br/upd_blob/0026/26032.pdf>. Acesso em: 28 jun.2014.

MENDONÇA, M. A política de inovação no Brasil e seus impactos sobre as estratégias de desenvolvimento tecnológico empresarial. **Revista T&C Amazônia**, ano VI, n. 13, p. 29, fev.2008.

Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI). **Relatório Anual da Utilização dos Incentivos Fiscais à Inovação – ano base 2011**. Disponível em: <http://www.mcti.gov.br/upd_blob/0229/229781.pdf>. Acesso em: 28 jun.2014.

Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI). **Relatório Anual da Utilização dos Incentivos Fiscais à Inovação – ano base 2012**. Disponível em: <http://www.mcti.gov.br/upd_blob/0229/229781.pdf>. Acesso em: 07 jul.2014.

Mobilização Empresarial pela Inovação (MEI). **Cartilha: Gestão pela Inovação**. Brasília: 2010. Disponível em: < http://www.ipdeletron.org.br/wwwroot/pdf-publicacoes/8/cartilha_gestao_inovacao_cni.pdf>. Acesso em 09 set.2014.

MONTE, Cristina. Inovação: A Estratégia Competitiva. **Revista T&C Amazônia**, ano VI, n. 13, p. 17, fev.2008.

NEGRI, J. A.; KUBOTA, L. C. **Políticas de Incentivo à Inovação Tecnológica no Brasil**. Brasília: Ipea, 2008. Produção Científica. **Portal Brasil**. Ciência e Tecnologia. Disponível em: <http://http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=5569>. Acesso em: 30 de junho de 2014.

PINTEC - PESQUISA INDUSTRIAL DE INOVAÇÃO TECNOLÓGICA. **Pesquisa de Inovação 2011**. Disponível em : <<http://www.pintec.ibge.gov.br/downloads/pintec2011%20publicacao%20completa.pdf>>. Acesso em: 07 jul.2014.

SANCHEZ, R. A. **Saiba mais sobre a Lei do Bem**. Instituto Inova São Carlos. 2009. Disponível em: <http://www.institutoinova.org.br/index.php/inova/Inova/Im_prensa/Reportagens/Entrevista-Saiba-mais-sobre-a-Lei-do-Bem>. Acesso em: 15 jun.2014. Entrevista concedida pelo advogado, palestrante e professor de Direito Tributário e Comercial na UFPR, OAB/PR, IBPEX, SEBRAE.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do Desenvolvimento Econômico**: Uma Investigação sobre Lucros, Capital, Crédito, Juro e o Ciclo Econômico. São Paulo: Nova Cultural, 1997.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Anuário do Trabalho na Micro e Pequena Empresa (2013)**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Anuario%20do%20Trabalho%20Na%20Micro%20e%20Pequena%20Empresa_2013.pdf>. Acesso em 15 de jul.2015.

SILVA, F.G.; HARTMAN, A.; REIS, D.R. **Avaliação do nível de inovação tecnológica nas organizações: desenvolvimento e teste de uma metodologia**. Revista Produção Online. Vol. VIII. Num. IV.2008. Disponível em <<http://www.producaoonline.org.br/rpo/article/view/139>>. Acesso em: 25 jul.2014.

STOECKICHT, I. P.; SOARES, C. A. P. **A importância da gestão do capital social para o desenvolvimento da capacidade de inovar em empresas brasileiras**. INGEPRO – Inovação, Gestão e Produção. 2010. Disponível em: < http://www.ingepro.com.br/Publ_2010/Out/299-878-1-PB.pdf>. Acesso em: 15 de ago.2014.

TIDD, J.; BESSANT, J. **Gestão da Inovação**. 5ª ed., Porto alegre: Bookman, 2013.