

Características que inibem a Inovação em Empresas de Base Tecnológica em Habitats de Inovação Catarinenses

Larissa Lara Gabiatti (UFSC) gabiattilarissa@gmail.com

Marcelo Macedo (UFSC) marcelomacedo@egc.ufsc.br

Louise de Lira Roedel Botelho (UFFS) louisebotelho@gmail.com

Resumo:

As demandas da sociedade aumentam a cada dia e a partir disso o presente artigo busca relatar uma pesquisa que identifica as características que inibem a inovação em empresas de base tecnológica (EBT) de habitats de inovação catarinense. Por meio de um questionário específico para essa finalidade, disponibilizado pelo manual de Oslo, foi realizado um estudo de casos múltiplos com gestores de EBT. Os resultados mostram que, ao contrário do que diz a teoria, alguns fatores estudados não são considerados inibidores da inovação para algumas empresas.

Palavras chave: Empresa de Base Tecnológica, Habitats de Inovação, Inibição, Inovação.

Characteristics that inhibit Innovation in Technological Companies of Habitats of Innovation Catarinenses

Abstract

The demands of society increase every day and from this the article aims to report a research that identifies the characteristics that inhibit innovation in technology based companies (EBT) of habitats of innovation in Santa Catarina. Through a specific questionnaire for this purpose, available by the Oslo manual, a multiple case study was conducted with EBT managers. The results show that, contrary to what the theory says, some factors studied are not considered inhibitors of innovation for some companies.

Key-words: Company of technology base, Habitats of innovation, Inhibition, Innovation.

1. Introdução

A competição internacional força as empresas a aumentar sua eficiência e desenvolver novos produtos (OCDE, 1997). Tal ação vem ganhando força à medida que as tecnologias evoluem e isso constrói um ciclo, onde uma área obriga a outra a se desenvolver e a inovar cada vez mais.

Dias (2012) cita que favorecer a inovação, através da criatividade e participação efetiva dos profissionais das organizações é o grande desafio para potencializar a competitividade das empresas. Esse processo é influenciado pela interação de fatores organizacionais, de mercado e tecnológicos, e também pela inter-relação efetiva entre os agentes que compõem a chamada tríplice hélice. O ambiente de inovação, mais especificamente aquele relacionado aos habitats de inovação, é um elemento determinante, que resulta em comportamentos, atitudes e iniciativas de estímulo à novas ideias, que podem ser transformadas em inovações.

A importância do tema inovação e o desejo em contribuir para o meio acadêmico e empresarial justificam esta pesquisa, que tem como objetivo identificar características que inibem a inovação em empresas de base tecnológica presentes em habitats de inovação de Santa Catarina.

O artigo está organizado da seguinte forma: após levantamento bibliográfico da temática, são descritos os procedimentos metodológicos, bem como a forma como foi realizada a coleta de

dados. Adiante são apresentadas as análises dos resultados e discussões e, por fim, as considerações finais da pesquisa.

2. Tipos de inovação e empresas de base tecnológica

No cenário atual, para que uma organização se mantenha no mercado, ela precisa estar em contínuo movimento de mudanças e criações. Assim se refere o Manual de Oslo (1997) quando descreve que a inovação é a implementação de mudanças significativas na empresa. A inovação é vista como arma competitiva que permite ao empreendedor produzir de forma mais eficiente eliminando a concorrência (TIGRE, 2014).

O Manual de Oslo (1997) descreve ainda quatro tipos básicos de inovação, sendo eles: inovações de produto, inovações de processo, inovações organizacionais e inovações de marketing. Estes tipos de inovações são definidos por vários autores de diversas maneiras, mas basicamente podem ser entendido como:

- a) Inovação de produto: “introdução de um bem ou serviço novo ou significativamente melhorado”, e que “incluem-se melhoramentos significativos em especificações técnicas, componentes e materiais, softwares incorporados, facilidade de uso ou outras características funcionais” (OCDE, 1997, pg.57).
- b) Inovação de processo: “Mudança na forma em que os produtos/serviços são criados e entregues” (TIDD, BESSANT, PAVITT, 2008, p. 30) e como um sistema de implantação de táticas para diminuição de custos, aumento na produtividade e níveis de clientes satisfeitos (LANZER et al, 2012 p. 77).
- c) Inovação organizacional: As inovações organizacionais referem-se a mudanças que ocorrem na estrutura gerencial da empresa, na forma de articulação entre suas diferentes áreas, na especialização dos trabalhadores, no relacionamento com os fornecedores e clientes e nas múltiplas técnicas de organização dos processos de negócio. (TIGRE, 2014, p. 75).
- d) Inovação de marketing: “São voltadas para melhor atender as necessidades dos consumidores, abrindo novos mercados, ou reposicionando o produto de uma empresa no mercado, com o objetivo de aumentar as vendas” (OCDE, 1997, p. 59), além de “mudanças substanciais no design do produto, constituindo um novo conceito de marketing” (LANZER et al., 2012, p. 87).

Nesse contexto, as EBT (Empresas de Base Tecnológica) se destacam. As EBT podem ser definidas como empresas que “realizam esforços tecnológicos significativos e concentram suas operações na fabricação de novos produtos” (CÓRTEZ, PINHO, FERNANDES, SMOLKA, BARRETO, 2005, p. 87). Segundo Fernandes et al. (2004) podem ser entendidas como uma empresa que introduz produtos novos que refletem novas tecnologias desenvolvidas pela empresa, na qual estes produtos devem estar no mercado e ser economicamente viáveis, não sendo apenas uma invenção, mas um conhecimento científico aplicado. Além disso, Santos e Pinho (2002) complementam dizendo que as EBT são firmas cuja intensa dinâmica inovativa se sustenta em sólidas competências técnicas, havendo em relação a elas uma expectativa de crescimento acelerado.

4. Fatores que inibem a inovação

Na literatura diferentes autores descrevem fatores que inibem a inovação nas empresas de acordo com a situação analisada e, portanto, observa-se que tais elementos variam de região para região e por diversas outras condições como as econômicas, por exemplo. Quanto aos impactos negativos ou chamados de fatores inibidores de inovação, Lanzer et al. (2012) dizem que as atividades de inovação podem ser obstruídas por diversos fatores, dentre eles

econômicos, empresariais, e aspectos legais. Isso porque, tais questões envolvem custos elevados ou a carência de demanda na sociedade, deficiência de mão de obra qualificada ou do próprio conhecimento, e as leis e normas tributárias, que muitas vezes tornam o processo ainda mais burocrático. O conhecimento também se mostra como grande fator, já que “acredita-se que se não existir um fluxo de conhecimento entre estes atores, a inovação poderá ser pouco potencializada” (LABIAK JUNIOR, 2012, pg. 32).

A OCDE (1997) lista alguns elementos que considera como inibidores de inovação. Os mesmos podem ser observados na tabela 1, a seguir.

	Inovação Produto	Inovação processo	Inovação organizacional	Inovação marketing
Fatores relativos ao custo:				
Riscos percebidos como excessivos	•	•	•	•
Custo muito elevado	•	•	•	•
Carência de financiamento interno	•	•	•	•
Carência de financiamento de outras fontes fora da empresa:	•	•	•	•
- <i>capital de risco</i>	•	•	•	•
- <i>fontes públicas de financiamento</i>	•	•	•	•
Fatores relativos aos conhecimentos:				
Potencial inovador (P&D, design, etc.) insuficiente	•	•		•
Carência de pessoal qualificado:	•	•		•
- <i>no interior da empresa</i>	•	•		•
- <i>no mercado de trabalho</i>		•		•
Carência de informações sobre tecnologia	•	•		
Carência de informações sobre mercados	•			•
Deficiência na disponibilização de serviços externos	•	•	•	•
Dificuldade de encontrar parceiros para cooperação em:	•	•		•
- <i>desenvolvimento de produto ou processo</i>	•	•		
- <i>parcerias em marketing</i>	•	•		•
Inflexibilidades organizacionais no interior da empresa:	•	•		•
- <i>atitude do pessoal em relação a mudanças</i>	•	•	•	•
- <i>atitude da gerência em relação a mudanças</i>	•	•	•	•
- <i>estrutura gerencial da empresa</i>	•	•	•	•
Incapacidade de direcionar funcionários para as atividades de inovação em virtude dos requisitos da produção	•	•		
Fatores de mercado:				
Demanda incerta para bens e serviços inovadores	•			•
Mercado potencial dominado pelas empresas estabelecidas	•			•
Fatores institucionais:				
Carência de infraestrutura	•	•		•
Fragilidade dos direitos de propriedade	•			•
Legislação, regulações, padrões,	•	•		•

tributação	Outras razões para não inovar:			
Não necessidade de inovar decorrente de inovações antigas	•	•	•	•
Não necessidade decorrente da falta de demanda por inovações	•			•

Fonte: Adaptado de OCDE (1997)

Tabela 1: Fatores que dificultam as atividades de inovação

É importante identificar os fatores inibidores da inovação para que se possa, segundo Correia e Gomes (2012,), impulsionar o desenvolvimento econômico e inovativo, e se tenha políticas públicas e privadas, nas quais as medidas encaminhadas para alcançar os principais equilíbrios macroeconômicos sejam acompanhadas de outras que busquem fomentar as potencialidades existentes em cada habitat de inovação, tarefa na qual tanto os governos regionais como locais devem desempenhar um decisivo papel como animadores e facilitadores da criação dessas instituições de desenvolvimento empresarial. (CORREIA; GOMES, 2012, p. 20). Desta forma, será possível agir e tomar as decisões de forma mais precisa, fomentar uma cultura de compartilhamento nas organizações e impactar a mesma com inovações, consequentemente, impactando a sociedade, de forma a cumprir com o entendimento do que é inovação.

5. Procedimentos metodológicos

A pesquisa caracteriza-se como descritiva, quali-quantitativa e de natureza exploratória, cujo objeto de estudo são empresas de base tecnológica. Trata-se de um estudo de casos múltiplos, onde as empresas foram escolhidas de maneira aleatória e não probabilística.

Como técnicas de extração de dados utilizou-se questionário baseado no Manual de Oslo (1997), tendo como respostas, alternativas em escala likert, entre 1 e 5, sendo elas: 1 - Sem importância; 2 - Pouco importante; 3 - Importante; 4 - Muito importante; 5 – Extremamente importante. Esse questionário foi disponibilizado na plataforma gratuita GoogleForms e os respondentes foram selecionados em uma rede social onde participam gestores de EBT ligadas a algum habitat de inovação. Os questionários foram respondidos por cinco gestores de EBT.

Após coleta, os dados foram tratados e analisados, sendo possível a identificação dos fatores que inibem a inovação em empresas de base tecnológica em Santa Catarina.

6. Apresentação dos resultados

A pesquisa, obteve 5 participantes, onde as áreas de atuação identificadas foram de: Tecnologia (voluntária na área de operações); Agile Coach (educação); Marketing (analista – eventos); Investidor anjo e Serviço público (atividade administrativa). Além disso, 60% dos entrevistados já possuem empresa registrada, estando localizadas em Florianópolis/SC, e uma delas em Joinville/SC.

Quanto aos fatores inibidores avaliados na pesquisa, os resultados foram os seguintes:

6.1 Fatores relativos ao custo

- **Riscos percebidos como excessivos:** Em inovação de produto, 100% dos entrevistados consideraram extremamente importante e/ou muito importante, assim como inovação organizacional e em marketing. Já em inovação de processos, estes índices de importância ficaram a 60%.
- **Custo muito elevado:** em inovações de produto e organizacionais, 100% dos

entrevistados consideraram níveis entre importante e extremamente importante. Já as inovações de processo e marketing, receberam 80% de importância.

- **Carência de financiamento interno e carência de financiamento de outras fontes fora da empresa**, todos os tipos de inovação foram considerados importantes.
- **Carência de financiamento de outras fontes fora da empresa – capital de risco e carência de financiamento de outras fontes fora da empresa – fontes públicas de financiamento**: estes critérios acompanharam os últimos dois, alterando-se apenas em inovações de marketing, que recebeu 80% de importância.

6.2 Fatores relativos ao conhecimento

- **Potencial inovador (P&D, design, etc.) insuficientes**: tal fator, foi considerado por 100% dos pesquisados como importante, muito importante ou extremamente importante para todos os tipos de inovação.
- **Carência de pessoal qualificado, carência de pessoal qualificado – no interior da empresa e no mercado de trabalho**: 80% dos indivíduos participantes, afirmaram que os fatores são importante, muito importante ou extremamente importante, também para os quatro tipos de inovações avaliados.
- **Carência de informação sobre tecnologia**: Todos os participantes consideraram este fator com algum nível de importância nos quatro tipos de inovações.
- **Carência de informação sobre mercado**: as inovações de produto, processo e marketing foram avaliadas com índices de 3, 4 e 5 na escala likert. Apenas as inovações organizacionais que receberam 80% de importância.
- **Deficiência na disponibilização de serviços externos**: neste fator, foi observado que 80% dos pesquisados consideraram todos os tipos de inovações em estudo como importante, muito importante ou extremamente importante.
- **Dificuldades de encontrar parceiros para cooperação**: as inovações de processo e organizacional foram consideradas por 80% dos entrevistados com algum nível de importância, enquanto as inovações de produto e marketing foram consideradas por todos os entrevistados como importantes.
- **Dificuldades de encontrar parceiros para cooperação em – desenvolvimento de produto ou processo**: as inovações organizacionais foram consideradas por 100% dos entrevistados como importante, muito importante ou extremamente importante. Os demais tipos de inovações receberam a porcentagem de 80% para os mesmos níveis de importância.
- **Dificuldades de encontrar parceiros para cooperação em – parcerias em marketing**: 80% dos entrevistados ficaram divididos entre importante, muito importante e extremamente importante, nos quatro tipos de inovações avaliados.
- **Inflexibilidades organizacionais no interior da empresa, quanto a atitude do pessoal em relação a mudanças, atitude da gerência em relação a mudanças e estrutura gerencial da empresa**: todos, ou seja, 100% dos entrevistados afirmaram que tais fatores são muito ou extremamente importante para as inovações de produtos, processos, organizacionais e de marketing.
- **Incapacidade de direcionar funcionários para as atividades de inovação em virtude dos requisitos da produção**: aqui, 80% afirmaram ser um fator muito ou extremamente importante para os quatro tipos de inovações.

6.3 Fatores de mercado

- **Demanda incerta para bens e serviços inovadores:** assim como o item anterior, 80% dos entrevistados consideraram o fator importante, muito importante ou extremamente importante para todos os tipos de inovações avaliados.
- **Mercado potencial dominado pelas empresas estabelecidas:** todos os entrevistados – 100% - afirmaram ser importante, muito ou extremamente importante também para os quatro tipos de inovações.

6.4 Fatores institucionais

- **Carência de infraestrutura:** tal fator foi considerado por 80% dos pesquisados como sendo importante, muito importante ou extremamente importante para as inovações de produto, processo, organizacional e marketing.
- **Fragilidade dos direitos de propriedade:** apenas 60% dos entrevistados afirmaram que o fator analisado é importante, muito ou extremamente importante. Tal resultado foi considerado para todos os tipos de inovação avaliados.
- **Legislação, regulações, padrões, tributação:** nas inovações de produtos, 100% dos entrevistados acreditam que o fator é muito ou extremamente importante. Já para as inovações de processo, organizacional e de marketing, este índice cai para 80%.

6.5 Outras razões para não inovar

- **Não necessidade de inovar decorrente de inovações antigas:** para os quatro tipos de inovações, 80% dos entrevistados afirmaram que o fator é importante, muito ou extremamente importante.
- **Não necessidade decorrente da falta de demanda por inovações:** para o último fator, 80% de participantes da pesquisa afirmaram ser importante, muito importante ou extremamente importante para as inovações de produto, organizacional e marketing. Em inovações de processo, os índices de importância ficaram em 75%.

7. Discussões

Ao analisar a formação profissional das pessoas que responderam ao questionário, observou-se que são profissões ligadas diretamente a inovação e procedem tanto da área pública quanto privada.

Partindo para a discussão de cada fator inibidor de inovação considerado pelo Manual de Oslo, o item “Riscos percebidos como excessivos” apresentou valores distintos nas inovações de *processo*, já que 40% disseram que tal fator é pouco importante. Pode-se dizer que, o risco se encontra no fato de que se houver falhas em alguma parte do processo, todo o ciclo estará comprometido, deixando a organização receosa quanto a esse tipo de inovação. Porém, para que os processos sejam inovados e tenham resultados positivos, é necessário todo um planejamento, no qual abrangem questões de análise e observação das atividades, mapa estratégico, definição de agenda, organização de pessoal, etc.

Para “Custo muito elevado”, 20% dos participantes consideraram que as inovações de processos e em marketing são pouco importantes. Pode-se pensar que os motivos para isso é que para estes tipos de inovações, não são necessários grandes investimentos financeiros. Ainda, “melhoramentos significativos em processos, por exemplo, a redução de custos de distribuição, podem não fazer qualquer diferença para as características do serviço vendido aos consumidores” (OCDE, 1997, pg. 64). Nas inovações de marketing, as ações podem ser realizadas dentro da organização e não necessariamente investindo com a contratação de outras empresas ou vários outros funcionários da área, como designs ou publicitários, por

exemplo.

O critério “Carência de financiamento interno” teve níveis consideráveis de importância em todos os tipos de inovação. Segundo Luna, Moreira e Gonçalves (2008) para P&D, a maioria das organizações se financiam com recursos próprios e que isso, depende principalmente, da disponibilidade de fluxo e caixa. Além disso, os investimentos internos são os primeiros a serem considerados em um novo projeto, fazendo com que seja um grande fator para as organizações.

Um dos meios de financiamento é através do venture capital, ou capital de risco. Tal critério foi considerado por 20% da amostra como pouco importante nas inovações de marketing. Porém, de acordo com o Guia Prático de Capital de Risco (2006), as inovações em marketing são fortemente atingidas pelo capital de risco, já que o objetivo desta é identificar as empresas com potencial, mas que estão com dificuldades financeiras, aplicar dinheiro tendo em contrapartida uma participação na organização e assim, ser possível a implementação de soluções, desenvolvimento de estratégias eficientes de produção, distribuição, marketing e promoção, contribuindo para a valorização do negócio. Ou seja, se houver carência de capital de risco, não haverá investimentos em inovações, inclusive nas inovações em marketing, dificultando a promoção e divulgação da organização.

Curiosamente, o critério que avaliou a “Carência de financiamento de outras fontes fora da empresa – fontes públicas de financiamento” obteve praticamente os mesmos índices que o critério anterior, sendo que os valores de inovações em marketing se mostraram mais discrepantes. Porém, mesmo sendo considerado por 20% dos pesquisados como sendo um critério pouco importante para tal inovação, existe uma explicação que se difere ao item anterior. Isso porque, em uma pesquisa recente, Labiak Junior, Matos e Lima (2011), demonstram que as fontes públicas de financiamento estão mais voltadas para P&D. Assim, pode-se afirmar que realmente, estas fontes de financiamento não interferem em grande quantidade nas inovações em marketing, diferentemente das fontes de capital de risco.

O critério “Potencial inovador insuficiente”, foi considerado por todos os pesquisados como importante. Estes potenciais inovadores envolvem várias competências nas quais as organizações/pessoas devem ter para potencializar a inovação. Labiak Junior (2012), por exemplo, discute muito a questão do compartilhamento e fluxo do conhecimento, como insumos para a inovação.

Quanto a “Carência de pessoal qualificado”, as respostas foram bem distintas, já que oscilaram entre extremamente importante e sem importância em todos os tipos de inovação. Os critérios que correspondem com a falta de qualificação de pessoa interior da empresa e no mercado de trabalho, demonstraram resultados semelhantes ao item aqui discutido.

De acordo com várias pesquisas dos últimos anos, um dos maiores obstáculos para a inovação é a falta de pessoal qualificado. Em 2013 foi divulgado que a Pesquisa de Inovação Tecnológica (Pintec), realizada pelo IBGE, “identificou uma dificuldade que não é de natureza estritamente econômica [...]. De acordo com a pesquisa, 72,5% das indústrias atribuíram importância alta ou média à falta de pessoal qualificado” (Martins, 2013). Ainda, muitos autores defender que para que haja inovação são necessários ambientes propícios, P&D, investimentos, entre outros, pois a inovação não acontece com estalar de dedos. Assim, pode-se concluir que as questões de pessoal qualificado são importantes para a geração da inovação e que a carência desta qualificação afeta diretamente o mercado.

No que diz respeito à Carência de informações sobre tecnologia, os pesquisados consideraram que tal critério é importante e todos os tipos de inovações. Godói-de-Sousa (2013) diz que para o uso de tecnologias, é necessário antes de tudo que se conheça como as mesmas

caminham e de que forma reconhecem a necessidade de utilização de ferramentas como uma forma estratégica de sobrevivência.

A “Carência de informação sobre mercado” foi considerada por 20% da amostra um critério sem importância para as inovações organizacionais. Porém, Penteado, Carvalho e Reis (2009) lembram que a inovação organizacional é quando são adotados novos métodos dentro da organização, seja no local de trabalho ou na relação com o mercado, fornecedores e distribuidores. Assim, observa-se que o conhecimento sobre o mercado influencia também nas inovações organizacionais, pois é necessário que se tenha conhecimento das demandas, necessidades e real situação do ambiente exterior para que assim, sejam feitas as mudanças necessárias dentro da organização, proporcionando maior e melhor produtividade.

No item para avaliar a “Deficiência na disponibilização de serviços externos”, 20% dos pesquisados consideraram que tal critério não tem importância para os tipos de inovações avaliados. Neste sentido, pode-se dizer que uma empresa precisa de serviços externos para se manter no mercado pois, dificilmente ela é autossuficiente para suprir todas as suas demandas, seja ela de recursos materiais ou humanos. Porém, como já foi descrito, é importante que haja ambientes propícios para a geração de inovação, entretanto, não quer dizer que a mesma possa ser desenvolvida no cotidiano dos indivíduos, sem grandes “alterações de ambiente”. Isso quer dizer que, a carência de serviços externos pode não ser um fator decisivo ou tão relevante para a geração da inovação.

O critério “Dificuldade de encontrar parceiros para cooperação”, foi avaliado nas inovações de processo e organizacional por 20% dos pesquisados como sem importância. O Manual de Oslo (1997) descreve sobre a inovação cooperativa, que é o agrupamento, a ajuda, a cooperação de vários atores/empresas. Ela “permite que as empresas tenham acesso ao conhecimento e à tecnologia que elas não estariam aptas a utilizar sozinhas. Há também um grande potencial para sinergias na cooperação, pois os parceiros aprendem uns com os outros” (OCDE, 1997, pg. 92).

Entretanto, a criação de um ambiente de colaboração mútua entre as organizações não é nada fácil, devido à complexidade dos relacionamentos e dos interesses, muitas vezes divergentes. A capacidade de gestão das parcerias é um dos elementos centrais para o sucesso da obtenção de inovação por meio de cooperação. (CALDEIRA, et al.; 2012, pg. 07).

Estas avaliações servem para o critério “Dificuldade de encontrar parceiros para cooperação em desenvolvimento de produto ou processo”. Isso porque, as parcerias são fundamentais para a troca de conhecimento, experiências e até serviços, favorecendo a inovação. No caso das inovações de produto e marketing, geralmente as mesmas carecem destas parcerias.

Ao observar a o mesmo critério, mas voltado às parcerias em marketing, 20% dos pesquisados consideraram que o mesmo não é importante para os quatro tipos de inovações avaliados. Porém, o Manual de Oslo (1997), por exemplo, descreve várias formas de marketing que são impulsionadas por agentes externos como canais de venda, internet, televisão, atores, etc.

As questões de “Inflexibilidades organizacionais no interior da empresa”; tanto relacionadas a atitude do pessoal e da gerência em relação as mudanças, quanto a estrutura gerencial da empresa, se mostraram com altos índices de importância em todos os tipos de inovação.

Teorias da administração foram criadas em diferentes épocas e pontos de vista. Hoje, as pessoas são vistas como parte das organizações e os gestores necessitam estar em constante comunicação com o ambiente interno e externo, fazendo com haja flexibilidade e comunicação no interior das empresas. A realidade e demandas do mercado estão em constante mutação e demandam cada vez mais de envolvidos nas organizações. Mintzberg (2004, pg.

233) afirma, por exemplo, que

a gerência precisa saber quando resistir a mudanças em nome da eficiência interna e quando promovê-las em nome da adaptação externa [...] precisa sentir quando explorar uma safra estabelecida de estratégias e quando encorajar novas variedades para deslocá-las. Os excessos de ambos – falhar em focalizar (correr às cegas) ou falhar em mudar (força burocrática) – são o que mais prejudica as organizações.

Além disso, pesquisas apontam os indivíduos são os principais responsáveis pelos conflitos internos das organizações. Porém,

Os conflitos na organização não são necessariamente negativos. Em certas circunstâncias, podem ser o motor de mudanças que precisam ocorrer para o bem de todos. O que torna um conflito positivo ou negativo são os efeitos que produzem na organização e nas pessoas, sendo que o que faz a diferença nesses casos normalmente é a forma pelo qual o conflito é gerenciado. (LEVY; BURBRIDGE; FREIRE; SILVA, 2016, pg. 08).

Isso demonstra que, realmente, tanto funcionários/colaboradores quando a gerência, influenciam no andamento das organizações. Precisam ser críticos, mas flexíveis e adaptáveis ao meio em que estão inseridos. Isso porque, em uma pesquisa realizada em 2016, “o segundo fator que recebeu destaque como causa ou origem dos conflitos está relacionado ao perfil dos gestores das organizações, ou mais especificamente com a falta da preparação ou de flexibilidade dos líderes” (LEVY; BURBRIDGE; FREIRE; SILVA, 2016, pg. 12).

No critério que avalia a “Incapacidade de direcionar funcionários para as atividades de inovação em virtude dos requisitos de produção”, enquanto 80% dos pesquisados consideraram muito ou extremamente importante, outros 20% declararam não ter importância. Esta situação está ligada a flexibilidade das organizações discutidas anteriormente, isso porque, a gerência ou responsável, precisa estar preparado para direcionar e mais ainda, incentivar a inovação. Ainda, se os critérios de produção não permitem que haja a liberdade de criatividade, significa que a organização não é flexível o suficiente, fazendo com que as inovações sejam inibidas.

O critério que avalia a “Demanda incerta para bens e serviços inovadores”, foi considerado por 80% dos pesquisados como importante, muito ou extremamente importante. Isso sugere que as organizações precisam saber o que o mercado precisa, quais suas demandas e necessidades para assim, saber o que e onde desenvolver. Ainda, cada vez mais as demandas são por inovações ligadas a qualidade de vida das pessoas e isso não apenas em Santa Catarina ou no Brasil, mas no mundo. De acordo com a Confederação Nacional da Indústria (2016, pg. 39), “muitos países têm dado atenção especial às estratégias de fomento direcionadas, que incluem programas de financiamento a startups e em políticas guiadas pela demanda – com a priorização aos investimentos em projetos de PD&I”, que são voltados principalmente “na solução de problemas concretos da sociedade como, por exemplo, o envelhecimento, doenças crônicas, aquecimento global e mobilidade urbana”.

Um critério importante que foi avaliado e considerado com total importância foi o que avalia o “Mercado potencial dominado pelas empresas estabelecidas”. Isso porque, as grandes empresas que dominam o mercado geralmente investem muito em P&D e na própria inovação, dificultando a entrada das pequenas e médias empresas. Porém, muitas vezes estas pequenas organizações se arriscam mais por não ter nada a perder, fazendo com que seu crescimento seja rápido. De qualquer modo, este critério se mostra como grande influenciador da inovação.

Ligado á isso, as pequenas empresas tem o problema da “Carência de infraestrutura”, que é mais um dos critérios analisados. 20% dos pesquisados consideraram não ter importância, enquanto outros 80% afirmaram ser importante para a inovação.

Não apenas as questões de pessoal, mas a infraestrutura abrange materiais, acomodação, localização, acesso á financiamento, entre outros fatores. Juntos, estes itens proporcionam ações que contribuem para o desenvolvimento da organização, ou seja, a carência destes dificulta todos os tipos de inovação.

Quanto ao critério “Fragilidade dos direitos de propriedade”, 40% dos pesquisados consideraram ser um quesito sem importância. No Brasil, questões sobre direitos de propriedade vêm sendo discutidos a muito tempo, já que o processo de patente pode levar até 10 anos para se concretizar e é válida na maioria dos países por um tempo limitado de 20 anos.

“Direitos de propriedade claros são também vitais para a melhoria dos incentivos a inovar em algumas indústrias”. (OCDE, 1997, pg. 54), e não apenas em algumas indústrias, mas em todas as áreas que tem capacidade de inovação. Isso porque, “a propriedade intelectual (PI) já se apresenta como a maior fonte de riqueza das sociedades contemporâneas” (BUAINAIN, 2013). Portanto, a passos lentos o cenário vem mudando para melhor, mas ainda necessita de atenção. As questões de direito de propriedade são importantes para o andamento do país, já que trazem renda, incentivam, dão visibilidade e favorecem a inovação.

No que diz respeito a “Legislação, regulações, padrões e tributação”, a maioria dos pesquisados consideraram ser um fator importante para a inovação. Porém, 20% afirmaram ser uma questão sem importância para as inovações de processo, organizacional e de marketing. Neste sentido, é possível considerar que independente do tipo de inovação, as questões voltadas para a legislação são importantes, pois fornecem subsídios e garantias de que os resultados estão de acordo com as regras, além de servir como proteção para as organizações.

Para os critérios que avaliavam a “Não necessidade de inovar decorrente de inovações antigas” e pela “falta de demanda por inovações”, surpreendentemente os pesquisados consideraram importante e apenas 20% afirmaram ser sem importância.

Ao longo deste estudo, observou-se que a sociedade demanda diariamente de inovações, tanto pelo fato de que os produtos e serviços se tornam obsoletos rapidamente, quanto pela própria demanda de produtos criativos que facilitem a vida das pessoas. Ainda, não apenas as organizações privadas carecem de inovação mas, sobretudo os governos. Para a Confederação Nacional da Indústria (2016, pg. 20), “a demanda por inovação cresceu aceleradamente entre as empresas, ainda que os padrões sejam modestos, quando comparados aos de países avançados ou aos de emergentes mais ousados”.

8. Considerações finais

Este estudo é fruto de uma pesquisa de iniciação científica que teve como principal objetivo, identificar as características que inibem a inovação em empresas de base tecnológica em habitats de inovação de Santa Catarina. Após levantamento bibliográfico que serviu para um melhor entendimento sobre o assunto, houve a estruturação de um questionário baseado no Manual de Oslo (1997), e aplicado a partir da plataforma gratuita GoogleForms em cinco participantes de uma rede social onde os membros eram gestores de EBT.

Após receberem tratamento, os dados foram analisados e discutidos, sendo possível a identificação dos fatores inibidores da inovação. Segundo a literatura, todos os critérios avaliados nesta pesquisa são considerados inibidores, no entanto, alguns pesquisados consideraram que existem fatores com pouca ou nenhuma importância para as atividades de inovação, ou seja, ao contrário do que diz a teoria, não são fatores que inibem a inovação.

Dentre os resultados mais expressivos, estão os fatores relacionados ao custo, que foram

considerados sem importância por 20 e 40%, como é o caso de custo muito elevado em inovações de processo e marketing e riscos percebidos como excessivos em inovações de processo, respectivamente.

Também, os fatores que correspondem ao conhecimento foram considerados com pouca importância para os quatro tipos de inovações avaliados, sendo que os critérios que mais se destacam são os relacionados com a carência de pessoal qualificado e a dificuldade em encontrar parceiros para inovação. Além disso, alguns fatores de mercado, institucionais e outras razões para não inovar se mostraram com resultados significativos, já que 40% dos indivíduos consideraram os mesmos sem importância ao avaliar os quatro tipos de inovação.

Ao analisar por tipo de inovação e não por critérios, as inovações de produto foram as que obtiveram menos critérios considerados pouco ou sem importância, 12 no total, diferentemente das inovações em processo e marketing que apresentaram 16 fatores pouco importantes e as inovações organizacionais com 14. Portanto, a inovação quem mais tem dificuldade de se desenvolver são as inovações de produto.

De modo geral, os resultados se mostraram surpreendentes, pois, segundo a literatura, os critérios analisados e discutidos neste trabalho dificultam as inovações e esta pesquisa, demonstrou que existem alguns que não tem tanta influência para a inovação. Entretanto, não significa que tais fatores podem ser deixados de lado, pelo contrário, todos devem receber atenção para que cada vez mais se tenha um ambiente propício para as atividades de inovação. Ainda, pode-se considerar que este estudo alcançou seus objetivos e esta fornecendo informações muito importantes para o ecossistema catarinense, já que órgãos públicos e privados e a sociedade em geral sabem onde estão as lacunas que dificultam a inovação e assim, seja possível tomar decisões mais precisas e eficazes. Também, tal estudo serve de base informacional para pesquisas posteriores, que podem agregar ainda mais valor nas empresas de base tecnológicas e outras, o que fica de sugestão para pesquisadores da área.

Referências

- BUAINAIN, A.M.** *Propriedade intelectual e inovação*. Estadão. São Paulo, out. 2013. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,propriedade-intelectual-e-inovacao-imp-,1090825>>. Acesso em: 30 jul. 2017.
- CALDEIRA, A. et al.** *Estratégias de cooperação para a inovação: um estudo exploratório*. In: XXXVI Encontro da ANPAD, 2012, Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2012_ESO1367.pdf>. Acesso em: 29 jul. 2017.
- CINTRA, A. C. et al.** *Inovação no modelo de gestão de pessoas nas organizações: com flexibilidade em ambiente de trabalho formal*. Revista Fórum de Administração, Franca, p.138-149, 2012. Disponível em: <<http://periodicos.unifacef.com.br/index.php/forumadm/article/view/673>>. Acesso em: 29 jul. 2017.
- CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA.** *O estado da inovação no Brasil: MEI 2016-17*. Mobilização Empresarial pela Inovação, Brasília, 2016.
- CORREIA, A. M. M; GOMES, M. L. B.** *Habitats de inovação na economia do conhecimento: identificando ações de sucesso*. RAI – Revista de Administração e Inovação, v. 9, n.2, 2012.
- CÔRTEZ, M. R; PINHO, M; FERNANDES, A. C; SMOLKA, R. B; BARRETO, A. L. C. M.** *Cooperação em empresas de base tecnológica: uma primeira avaliação baseada numa pesquisa abrangente*. São Paulo em Perspectiva, v. 19, n. 1, p. 85-94, 2005.
- DIAS, A. J.** *Relações entre a Estrutura Organizacional, a Gestão do Conhecimento e a Inovação, em Empresas de Base Tecnológica*. Florianópolis, 2012. Disponível em: <<http://btd.egc.ufsc.br/wp-content/uploads/2013/03/Adriano-Junior-Dias-Dissertacao-A5.pdf>>. Acesso em: 29 ago. 2016.
- DRUCKER, P. F.** *Inovação e Espírito Empreendedor*. São Paulo: Cengage Learning, 2012.
- FERNANDES, A. C; CÔRTEZ, M. R; PINHO, M.** *Caracterização das pequenas e médias empresas de base tecnológica em São Paulo: uma análise preliminar*. Economia e Sociedade, v. 13, n. 1, p. 151-173, 2004.

GODÓI-DE-SOUSA, E. *A tecnologia e o empreendedorismo social: o uso do conhecimento como instrumento de combate à pobreza.* In: XV Congresso de Gestão de Tecnologia Latino-Iberoamericano – ALTEC 2013, Porto/Portugal, 2013.

LABIAK JUNIOR, S. *Método de análise dos fluxos de conhecimento em sistemas regionais de inovação.* 2012. 264 f. Tese (Doutorado) - Curso de Engenharia e Gestão do Conhecimento, Centro Tecnológico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2012.

LABIAK JUNIOR, S; MATOS, E. Á; LIMA, I. A. *Fontes de fomento à inovação.* Curitiba: Aymarã, 2011. Disponível em: <<http://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/2059/1/fontesfomentoinovacao.pdf>>. Acesso em: 30 jul. 2017

LANZER, E. A; FREITAS FILHO, F. L; MULLER, L; BOCCHINO, L; MACEDO, M; LABIAK JUNIOR, S; CONCEIÇÃO, Z. *O Processo de Inovação nas Organizações do Conhecimento.* Florianópolis: Pandion Editora, 2012.

LEVY, F; BURBRIDGE, M; FREIRE, M; SILVA, T. *O Papel do RH na Gestão de Conflitos Organizacionais Resultados da Pesquisa conduzida pelo Grupo de Estudos da ABRH-SP sobre Recursos Humanos e a Gestão de Conflitos Organizacionais 2016.* Associação Brasileira de Recursos Humanos, 2016. Disponível em: <https://abrhsp.org.br/wp-content/uploads/2017/07/resultado_rh_resolucao.pdf>. Acesso em: 30 jul. 2017.

LUNA, F; MOREIRA, S; GONÇALVES, A. *Financiamento à inovação.* In: NEGRI, João Alberto de; KUBOTA, Luis Claudio. *Políticas de Incentivo à Inovação Tecnológica.* Brasília: Ipea - Instituto de Pesquisa Aplicada, 2008. p. 229-264. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=5569>. Acesso em: 29 jul. 2017

MARTINS, P. S. *Estudo da Relevância das práticas de inovação: um comparativo entre universidade-empresa.* Juiz de Fora, 2011.

MINTZBERG, H. *Ascensão e queda do planejamento estratégico.* Bookman, 2004

OCDE. *Manual de Oslo – Diretrizes para a coleta e interpretação de dados sobre Inovação.* 3. ed. 1997.

PENTEADO, R. F. S.; CARVALHO, H. G.; REIS, D. R. *Estratégias de Gestão para a Inovação Organizacional.* ALTEC 2009, Cartagena das Índias, Colômbia, 2009. Disponível em: <<http://www.utfpr.edu.br/pontagrossa/estrutura-universitaria/diretorias/dirppg/mestrado/ppgep/publicacoes/2009/altec>>. Acesso em 06 jul. 2017.

PINHO, M. S.; CÔRTEZ, M. R.; FERNANDES, A. C. *A Fragilidade das Empresas de Base Tecnológica em Economias Periféricas: uma interpretação baseada na experiência brasileira.* Ensaios FEE, Porto Alegre, v. 23, n. 1, 2002.

PORTUGAL. ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE CAPITAL DE RISCO E DESENVOLVIMENTO. *Guia prático do Capital de Risco.* Lisboa, 2006. Disponível em: <<http://www.bemcomum.pt/documentos/1287874505W6hBB3vx6Xt91PN6.pdf>>. Acesso em: 29 jul. 2017.

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

TIGRE, P. B. *Gestão da inovação: A economia da tecnologia no Brasil.* 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.