



Preponderância da inovação nas organizações

Alaor José Cirolini

Faculdade Antonio Meneghetti – agro.sam@terra.com.br

Anderson Fagan

Faculdade Antonio Meneghetti – gauderio-17@hotmail.com

Eixo Temático: Ciência, Tecnologia, Inovação e Sociedade

1 Introdução

A implantação de inovações no cenário econômico global contribui para a sobrevivência das empresas. A busca do novo leva as organizações a mudanças constantes, pois, o processo de inovação estende-se por toda a organização para que todos estejam envolvidos na busca de novos conhecimentos. No contexto da sociedade atual, a inovação é também chamada “sociedade do conhecimento”. Essa sociedade gera grandes mudanças nos espaços sociais, econômicos e produtivos, fazendo do conhecimento o principal fator de produção, interferindo diretamente no desenvolvimento dos países.

582

O conhecimento, na visão de Ferreira (2010), pode-se traduzir em inovação, pois o conhecimento é atributo de alguém e a inovação não depende tão somente dos aspectos tecnológicos, mas também de aspectos organizacionais e institucionais, e acima de tudo, da própria pessoa que a sugere e implementa.

2 Fundamentação Teórica

Diretamente associada às características do espírito empreendedor, a inovação tornou-se o centro das discussões nas organizações por ser reconhecida como a base da competitividade nas empresas. Vários autores, como Fonseca (2002), Cunha et al. (2003), enfatizam que o conceito de inovação pode incluir aspectos tão diversos como a adoção de novas soluções tecnológicas ou processos de trabalho, o lançamento de novos produtos, a competição em novos mercados, o estabelecimento de novos acordos com clientes ou fornecedores, a descoberta de uma nova fonte de matérias-primas, um novo processo de



produção, um novo modo de prestar serviço pós-venda, um novo *modus operandi* para a relação com os clientes, etc.

Por sua vez, Tigre (2006) destaca que “o conceito Schumpeteriano de inovação é útil para tratar da gestão tecnológica e organizacional, pois está mais diretamente focado na melhoria da competitividade de uma empresa no mercado” (TIGRE, 2006, p. 72).

Além desses, o manual de OSLO, em sua terceira versão, define inovação como a implementação de um produto (bem ou serviço) novo, ou significativamente melhorado, ou um processo, um novo método de *marketing*, um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas (OSLO, 2005).

No entendimento de Porter (1998), a inovação tem um tempo de vida e, após este tempo, a empresa que obteve uma vantagem competitiva por meio de uma ação inovadora está sujeita a ser ultrapassada por concorrentes agressivos.

Inseridos nesta discussão, Tidd, Bessant e Pavitt (2008) afirmam que o ciclo da inovação inicia com mudanças radicais e finaliza com mudanças incrementais. O início ocorre de forma fluida, sob condições descontínuas, com um objetivo confuso, sem configuração técnica, e experimentações intensas.

Schumpeter (1985) discorre em seu trabalho que produzir coisas novas ou as mesmas com métodos diferentes, significa combinar de maneira distinta esses materiais e forças, havendo com isso uma mudança e um possível crescimento. Para ele, existem cinco formas pelas quais as inovações podem ocorrer:

- introdução de um novo bem com o qual os consumidores ainda não estejam familiarizados ou de uma nova qualidade de um bem;
- introdução de um novo método de produção, ou seja, um método ainda não testado pela experiência no ramo da própria indústria de transformação ou determinada área e que tenha sido gerado a partir de uma nova descoberta científica;
- abertura de um novo mercado, ainda não explorado quer esse mercado tenha existido ou não;
- conquista de uma nova fonte de matérias-primas ou de bens semimanufaturados;
- estabelecimento de uma nova organização de qualquer indústria em um setor.

Por outro lado, Schumpeter (1997) salienta que, após a inovação perder sua força como destruidora e criadora, os empreendimentos entram na normalidade do ciclo econômico,



os empreendedores não mais realizarão novas combinações, passam a ser homens de negócios, dirigem o negócio para obter a máxima vantagem comercial.

3 Metodologia

Para a realização deste estudo, realizou-se uma pesquisa bibliográfica, por meio de consulta e busca em livros, artigos e documentos relacionados ao tema com o objetivo de embasá-lo teoricamente. Na visão de Marconi e Lakatos (2005), a pesquisa bibliográfica “deriva de fontes secundárias e abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema estudado” (MARCONI e LAKATOS, 2005, p. 185).

Convém ainda dizer que, a estratégia metodológica utilizada para a realização deste estudo é qualitativa e, quanto a sua finalidade, a pesquisa pode ser classificada como descritiva.

4 Resultados e Discussão

Os resultados indicam que existe uma ampla literatura sobre conhecimento e inovação, pois são conceitos comumente empregados para descrever fenômenos individuais, coletivos e organizacionais presentes nos contextos de negócios e organizacionais de modo geral. Destaca-se que este estudo trouxe contribuições no sentido de expandir o conhecimento dos autores – acadêmicos de Administração – sobre o tema.

5 Considerações Finais

Esta pesquisa não esgota a discussão a respeito da temática inovação. Percebe-se que é necessária a continuidade da investigação do assunto. Com base nesta constatação, sugere-se a realização de pesquisas futuras envolvendo novos trabalhos, entre estes, estudos de casos, para averiguar o impacto que a inovação gera nas empresas da Região da Quarta Colônia de Imigração Italiana no Rio Grande do Sul, ou seja, a partir desta revisão bibliográfica, pode-se partir para uma pesquisa empírica com empresas na Região.



Referências

- CUNHA, C. J. C. de Almeida; et al. **Viagem ao mundo do empreendedorismo**. Florianópolis: IEA, 2003.
- FERREIRA, E. G. **Gestão da inovação na era do capitalismo cognitivo** - um estudo com foco nas redes de conhecimento das empresas financiadas pela FAPEMIG. Pedro Leopoldo, 2010. 117f. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração). Fundação Pedro Leopoldo, 2010.
- FONSECA, M. V. A. **Gestão do conhecimento e inovação**: elos de valor no ambiente 21 – um tema portador de futuro. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2002.
- MANUAL DE OSLO. **Guidelines for collecting and interpreting innovation data**. OECD – Organization for Economic Cooperation and Development, Third Edition, 2005.
- MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- SCHUMPETER, J. A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico**: uma investigação sobre o lucro, capital, crédito, juro e ciclo econômico. São Paulo: Nova Cultural, 1997.
- TIDD, J.; BESSANT, J.; PAVITT, K. **Gestão da inovação**. Porto Alegre: Bookman, 2008.
- TIGRE, P. B **Gestão da inovação**: a economia da tecnologia no Brasil. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.