DIAGNÓSTICO DA APLICAÇÃO DE PRÁTICAS INOVADORAS EM EMPREENDIMENTOS DO MUNICÍPIO DE PINHEIRO MACHADO – RS

BANDEIRA, Letícia de Magalhães[1]; FARIAS, Marco Aurélio dos Santos[1]; ROPKE, Mateus Rosa[1]; ROSA, Marcelo Mesko[1]; SILVA, Rosaura Espírito Santo da[2].

[1]Universidade Federal de Pelotas/ Curso Superior de Tecnologia em Gestão Ambiental;
[2]Universidade Federal de Pelotas/ Centro de Integração do Mercosul, Curso Superior de Tecnologia em Gestão Ambiental. Endereço eletrônico: rosauraess@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

Significativas transformações econômicas, políticas, sociais, culturais e institucionais vêm constantemente remodelando as sociedades como um todo e o conhecimento especificamente, sendo que, de acordo com Baumgarten (2008), informação e conhecimento constituem importantes pilares dos modelos de produção social. Portanto, as relações entre natureza, sociedade, ciência e técnica devem ser permanentemente construídas.

A partir da Revolução Industrial, os modelos de conhecimento assumiram um processo dinâmico, contínuo e irreversível de mudança tecnológica. É irrefutável que o desenvolvimento do capitalismo influenciou o desenvolvimento tecnológico e sempre o guiará. Baumgarten (2008) afirma que o modelo de produção capitalista em um grau jamais alcançado mobilizou a ciência e a técnica para os interesses da acumulação do capital.

Portanto, tomando como conceito de tecnologia como “um conjunto de conhecimentos e princípios científicos que se aplicam a um determinado setor da sociedade ou ramo de atividade” (BAUMGARTEN, p. 54, 2008), pode-se dizer que a tecnologia é o conhecimento científico transformado em técnica. A crescente inter-relação entre ciência, tecnologia e produção de bens e serviços, ocupa lugar destacado no sistema produtivo. Contudo, as novas técnicas de produção, adotadas em larga escala, acabaram tornando as empresas semelhantes entre si, intensificando ainda mais a concorrência. Desta forma, torna-se necessário ir além das práticas convencionais de melhorias, na busca pela excelência para que se atinja uma verdadeira vantagem competitiva, sendo imprescindível investimentos e práticas inovadoras dentro das organizações.

Mas ser inovador não é fácil, exige que se crie uma cultura inovadora, e isso só é possível modificando atitudes, crenças e valores, através de muita persistência. Inovar significa aprender com os próprios erros, tentar novas soluções e principalmente, nunca desistir de seus ideais.

As instituições de pesquisa têm papel essencial como determinantes do processo de inovação. De acordo com a lei de inovação (BRASIL, 2004), é fundamental estimular parcerias estratégicas e cooperação entre universidades, institutos de pesquisa públicos e empresas privadas para a geração de inovação; incentivar a transferência para o setor privado de tecnologias geradas em instituições públicas de pesquisa; além de estimular a geração de inovações em empresas nacionais.

Desta forma, a prática de inovação deve romper com os procedimentos já existentes, não bastam melhorias incrementais para dificultar a imitação pela

concorrência, quanto mais radical for a inovação, maior será a vantagem competitiva. Entretanto, a inovação demanda altos investimentos em pesquisa e desenvolvimento, os quais nem sempre geram resultados lucrativos. Desta forma, as organizações concluem que sai mais barato continuar na rotina, na normalidade, do que buscar novas e incertas alternativas e processos (SCHERER; CARLOMAGNO, 2009).

2 METODOLOGIA

Para a realização deste artigo, optou-se pela utilização de questionário previamente elaborado, composto por perguntas fechadas, sendo sua aplicação sempre acompanhada pelo pesquisador.

O instrumento criado possibilitou identificar as praticas de inovação exercidas em empreendimentos localizados no município de Pinheiro Machado/RS. O questionário aplicado é formado por 32 questões, porém, serão apresentadas neste trabalho apenas as que foram consideradas mais relevantes para o mesmo.

Os sujeitos deste trabalho são os gestores e os colaboradores das instituições analisadas, o instrumento foi aplicado a uma população composta por dezoito organizações localizados dentro dos limites do município, dentre elas 1 empresa pública, 2 de economia mista e 15 empresas privadas.

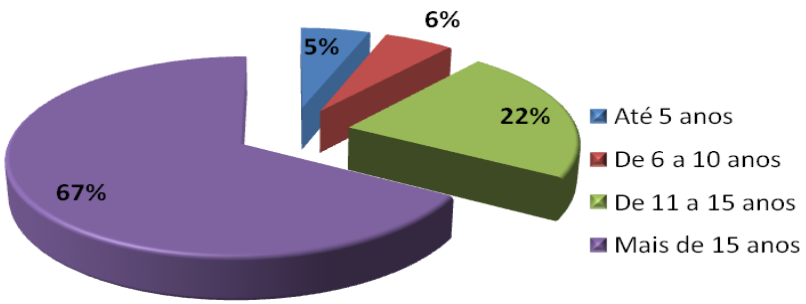
A economia do município é baseada principalmente na agricultura, pecuária, extração de pedras para exportação e produção de cimento. Outro grande destaque é a viticultura que, devido à característica do clima, favorece a produção de vinhos de alta qualidade. Quanto ao comércio, Pinheiro Machado possui aproximadamente 380 estabelecimentos. Também é digna de destaque a grande quantidade de calcário, considerado de excelente qualidade.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Após a aplicação do instrumento de pesquisa e tabulação dos dados foi possível identificar um perfil de práticas administrativas e de inovação semelhantes entre a população, o conceito de inovação é confundido com práticas de melhoria dos serviços prestados pelas organizações, não concretizando uma prática inovadora efetiva. As questões apresentadas a seguir constatam tal afirmativa.

Dos empreendimentos entrevistados contatou-se que a sua maioria está atuante no mercado a mais de 15 anos, o que demonstra que tais instituições estão consolidadas no mercado local.

Gráfico 1 – Tempo de existência do estabelecimento

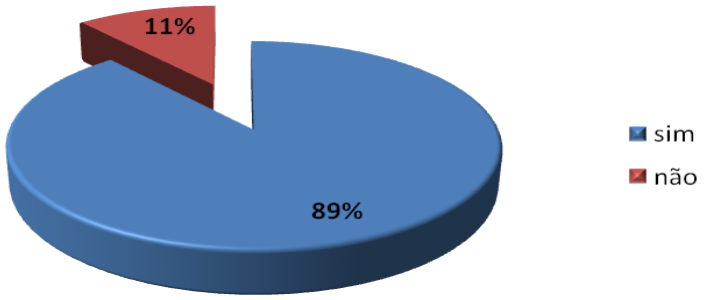


Fonte: dados da pesquisa

As empresas conhecem o que é inovação, destinam recursos para este fim, mas o resultado do questionário identifica que existe uma forte tendência para a melhoria dos serviços e não para desenvolvimento de novas tecnologias e produtos. Os questionamentos a seguir confirmam.

Questionados quanto ao conhecimento do significado da palavra inovação, foram 100% positivas as respostas. Além disso, todos afirmam não destinarem parte da receita para investimentos em inovação propriamente dita. Há um contrasenso quando afirmam que inovação está relacionada a melhorias nos serviços de atendimento.

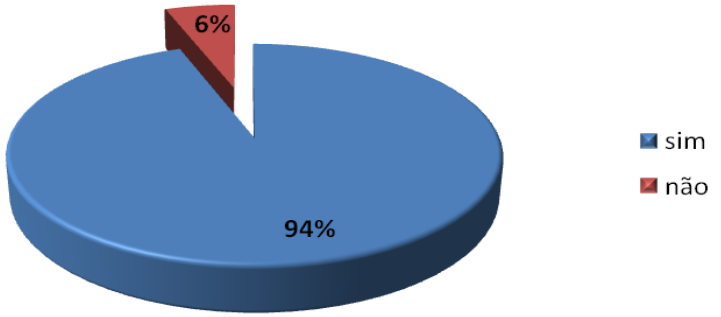
Gráfico 2 – Inovação entendida como novas promoções



Fonte: dados da pesquisa

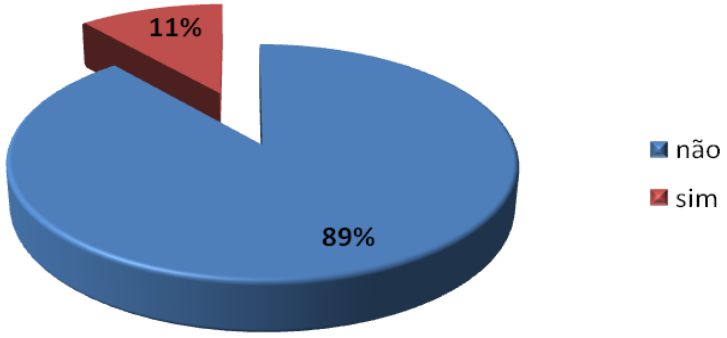
As organizações acreditam que uma forma de inovar é através da publicidade ou investimento em marketing, em contra partida não possuem uma assessoria ou setor formal que trate destas questões.

Gráfico 3 – Investimento em publicidade



Fonte: dados da pesquisa

Gráfico 4 – Existência de assessoria de imprensa



Fonte: dados da pesquisa

As organizações estão abertas a sugestões dos clientes e funcionários representando 100% afirmações positivas quanto a este questionamento. Em contrapartida, não disponibilizam mecanismos para formalizar tais sugestões.

4 CONCLUSÃO

Uma questão a ser destacada é que Pinheiro Machado é uma cidade de interior, que, de acordo com a pesquisa, possui sua atividade econômica calcada basicamente em agropecuária familiar e comércio, não contando com automação, menos ainda com modernas tecnologias, conforme evidenciado nesta pesquisa. Além disso, a população do município não tem, em sua grande maioria, formação superior, dificultando o conhecimento de técnicas verdadeiras de inovação.

Com o presente estudo foi constatado que existe uma idéia um tanto equivocada quanto ao conceito de inovação, demonstrado através dos procedimentos adotados. Na maioria dos casos as boas práticas de inovação estão voltadas para o atendimento ao público e não a melhoramentos tecnológicos e qualidade dos produtos o que não estimula um desempenho superior no mercado regional.

5 REFERÊNCIAS

BAUMGARTEN, Maíra. **Conhecimento e Sustentabilidade:** políticas de ciência, tecnologia e inovação no Brasil contemporâneo. 1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2008.

BES, Fernando Trías de; KOTLER, Philip. **A Bíblia da Inovação.** São Paulo: Leyas, 2011.

BRASIL. Lei nº. 10.793, de 02 de dezembro de 2004. Altera a redação do art. 26, § 3o, e do art. 92 da Lei no 9.394, de 20 de dezembro de 1996. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 2 dez. 2003. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/lei/l10.973.htm>. Acesso em: 22 mai. 2012.

SCHERER, Felipe Ost; CARLOMAGNO, Maximiliano Selistre. **Gestão da Inovação na Prática:** como aplicar conceitos e ferramentas para alavancar a inovação. São Paulo: Atlas, 2009.