

A PRÁTICA DA INOVAÇÃO EM ORGANIZAÇÕES PÚBLICAS, PRIVADAS E DE ECONOMIA MISTA NO MUNICÍPIO DE PINHEIRO MACHADO – RS

BANDEIRA, Letícia de Magalhães²; MOREIRA, Jorge Luiz Campos¹; OLIVEIRA, Alhestertolino dos Santos¹; SILVA, Luiz Henrique Chagas da¹; SILVA, Rosaura Espírito Santo da¹.

¹Universidade Federal de Pelotas/ Curso Superior de Tecnologia em Gestão Ambiental;

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

1 INTRODUÇÃO

O advento da gestão da qualidade elevou as empresas a um novo patamar de eficácia operacional e profissional, aumentando a produtividade, a confiabilidade e a competitividade. Entretanto, melhorar apenas a eficácia operacional é insuficiente para sustentar desempenho superior e garantir vantagem competitiva. Surge, neste contexto, a necessidade de compensação do ciclo de diminuição dos custos e das margens de lucro frente à alta competitividade, chamada Inovação (SCHERER; CARLOMAGNO, 2009).

A inovação não deve ser confundida com invenção, muito menos com imitação. A invenção, segundo Scherer e Carlomagno (2009), não está vinculada a ganhos econômicos, ao contrário da inovação. Enquanto a imitação é um processo sem criação de ideia, é uma absorção de uma tecnologia já existente. Sendo assim, a dificuldade de imitação de uma inovação é o que a torna mais valiosa. A inovação tem como foco principal impulsionar o progresso econômico através do progresso técnico, gerando resultados para a empresa, além da vantagem competitiva. Pode ser identificada como sendo o desenvolvimento de um novo produto, serviço, um novo mercado, um novo modelo de negócio, de gestão, ou uma nova marca.

Todos concordam que a inovação é a resposta para destacar-se frente à alta competitividade, mas poucos conhecem como fazer da inovação o instrumento para isto. De acordo com Scherer e Carlomagno (2009) as empresas não adotam práticas consistentes de inovação; não preparam seus líderes; não toleram erros; não estão preparadas para assumir riscos; trabalham com estratégias de curto prazo, o que não gera resultados, impedindo a empresa de prosseguir; não valorizam as pessoas; não incentivam a socialização do conhecimento dentro da empresa; apresentam estruturas rígidas, resistentes a mudanças, com muitos níveis hierárquicos; e todas essas características distanciam as organizações de alcançar a inovação e se destacar no mercado globalizado.

Outrossim, todas essas práticas desastrosas são características de um modelo de gestão consolidado e de difícil moldagem, pois no mundo da padronização, da qualidade total, do defeito zero, do castigo ao erro, as práticas gerenciais se voltam para a eliminação total do que possa dar errado, ou, pelo menos, ao que se entende como errado, criando um ambiente de total previsibilidade. De acordo com Bes e Kotler (2011), embora 96% dos executivos considerem a criatividade essencial para suas empresas, apenas 23% deles tiveram êxito em torná-la parte integrante da empresa. Assim sendo, com características prevaletentes de controle e padronização não sobra espaço para a criatividade e para a inovação.

Segundo Figueiredo (2009), o conhecimento necessário para operar uma inovação não é óbvio, nem pode ser transmitido por instruções ou manuais, ou seja, não existem receitas milagrosas sobre como construir uma cultura inovadora nas empresas, o que existem são bases conceituais, ferramentas administrativas, metodologias sugeridas por autores, generalizações analíticas e recomendações práticas a serem seguidas. Portanto, o conhecimento para uma inovação exige investimento, treinamento e motivação dos recursos humanos. Assim sendo, inovar também demanda qualificação de pessoal, sendo assim, as empresas que consideram pessoas como custos são incapazes de inovar.

O emprego da inovação como ferramenta de gerenciamento institucional, em qualquer tipo de organização, já se consolidou como prática de grande importância no meio empresarial, no entanto, por desconhecimento da grande maioria dos gestores, tal prática tem sido confundida com a simples “imitação”. O presente artigo foi incentivado por uma proposta pedagógica da disciplina Inovação e Sustentabilidade do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Ambiental da Universidade Federal de Pelotas, Campus Pinheiro Machado, aos alunos do 1º semestre/2012 de pesquisar, no município de Pinheiro Machado, práticas de inovação em organizações públicas e privadas, bem como nas de economia mista.

2 METODOLOGIA

Para a realização deste artigo, optou-se pela utilização de pesquisa social, valendo-se de questionário previamente elaborado, composto por perguntas fechadas, sendo sua aplicação sempre acompanhada pelo pesquisador. Além de observação in loco, não registrada, realizada de modo informal, de suma importância para que permitisse formatar uma conclusão acerca do emprego da “Inovação” nas práticas administrativas das organizações públicas, privadas e de economia mista do município de Pinheiro Machado-RS.

Para Minayo (2004), o termo pesquisa social tem uma carga histórica e reflete posições frente à realidade, momentos do desenvolvimento e da dinâmica social, preocupações e interesses de classes e de grupos determinados. O pesquisador deve ser capaz de identificar dados não-mensuráveis, porém presentes, como sensações, percepções, pensamentos, intenções, entendimento de razões, significados e motivações, enfim, sentimentos mais profundos e não diretamente declarados pelos sujeitos observados em relação a um problema específico.

Os sujeitos que compõem a população estudada são os gestores e os colaboradores das instituições analisadas, sendo que os gestores são caracterizados como a pessoa responsável pela administração da empresa, podendo ser o proprietário, o administrador ou mesmo o gerente desses locais.

A área abrangida pelo estudo é composta por dezoito organizações localizados dentro dos limites do município de Pinheiro Machado-RS, dentre elas 1 empresa pública, 2 de economia mista e 15 empresas privadas.

É importante salientar que optou-se pela não divulgação das organizações pesquisadas, nem dos nomes dos sujeitos entrevistados, como forma de preservar suas identidades.

A área de estudo em questão, Pinheiro Machado, é um município emancipado em 02 de maio de 1878, localizado na serra do sudeste, microrregião do Sudeste Riograndense, estado do Rio Grande do Sul (DUTRA, 1999). Conforme

o censo do IBGE (2010), possui uma área de 2.227 Km², contemplando aproximadamente 13.500 habitantes.

O município tem sua economia baseada na agropecuária, sendo sua principal indústria de produção de cimento, com uma fábrica localizada na BR 293, estando a sede do município acerca de 350 km da capital do Estado. Conta com aproximadamente 250 estabelecimentos comerciais, além de órgãos estaduais, como Emater, Corsan, Brigada Militar, Polícia Civil, Polícia Rodoviária Federal e Correios. Tem seu abastecimento de água realizado pela Corsan (Companhia Riograndense de Saneamento) e abastecimento elétrico pela CEEE (Companhia Estadual de Energia Elétrica) (DUTRA, 1999).

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Analisando os dados levantados foi possível identificar que as empresas em Pinheiro Machado são gerenciadas pelos proprietários, com raras exceções. São pessoas com uma faixa etária entre 30 e 50 anos, com grau de escolaridade baixo, em sua grande maioria, com apenas ensino médio, excepcionalmente verifica-se um gestor com formação superior.

Dentre os principais resultados obtidos neste estudo, através da aplicação do questionário e da observação direta, pode-se destacar as seguintes respostas: questionados quanto ao entendimento do conceito de inovação, foram afirmativas 100% das respostas. No entanto, através da observação dos procedimentos adotados no funcionamento diário do local, fica claro o absoluto desconhecimento e uma identificação confusa pelos gestores, que adotam a mera “imitação” como forma de “inovação”, fato este que pode ser corroborado no seguinte testemunho: “...se um concorrente coloca um ar condicionado, eu também coloco, não posso ficar atrás...”, sendo que possíveis “melhorias” ou são adotadas por força de imposições legais ou para satisfazer necessidades pessoais dos proprietários, não havendo um direcionamento ao usuário ou cliente.

Questionados com que frequência procuram adotar medidas de inovação, são taxativos em afirmar que: “*somente quando é necessário*”. Quando questionados quanto à adoção de algum tipo de inovação em produtos ou serviços, percebe-se que se preocupam apenas em “imitar” o concorrente, sem que represente verdadeiramente uma inovação.

A flexibilidade das chefias, absorção de sugestões e tolerância a erros não ficou evidenciada em qualquer dos locais pesquisados, na medida em que, tratando-se dos gestores, todos afirmam praticar tais procedimentos, no entanto, por parte dos colaboradores, há certa resistência em contrariar ou confirmar tais procedimentos.

Quanto aos treinamentos e motivação aos colaboradores como forma de desenvolvimento, capacitação e realização pessoal, a grande maioria dos entrevistados afirma proporcionar, o que só foi possível confirmar em se tratando de repartições públicas ou empresas de economia mista, nos demais casos, restringe-se ao domínio de máquinas e equipamentos necessários ao desempenho da função, não caracterizando valorização do pessoal.

Questionados quanto à expectativa da adoção de “inovações”, a grande maioria sequer traça metas, tornando notório que não há um planejamento em inovação.

4 CONCLUSÃO

O desconhecimento do assunto inovação tem trazido como consequência imediata o pouquíssimo desenvolvimento do comércio local, a oferta repetitiva de produtos e uma prática de preços extremamente semelhantes, em que um estabelecimento pratica preços muito próximos ao da concorrência, não havendo diversificação de produtos e aqueles oferecidos, em linha geral, seguem o mesmo fabricante, o mesmo tipo, ocorrendo um pequeno, quase insignificante, diferencial no que se refere às formas de pagamento, em que, estabelecimentos de maior poder dilatam os prazos em relação aos concorrentes de porte menores.

Se a forma esporádica em que são adotadas medidas classificadas (pelos sujeitos) como inovação não fosse suficiente para se concluir a inexistência da mesma, restou ainda evidenciado que, excluindo-se órgãos públicos da administração federal e estadual, a totalidade sofre da “Patologia da Inovação”, pois focam sempre na melhoria, buscam unicamente a oferta e não possuem articulação entre si. Além do mais, a avaliação dos resultados restringe-se ao aspecto financeiro, declinando de uma análise mais profunda, até mesmo da obtenção de novos consumidores, expansão e credibilidade do estabelecimento frente à concorrência e ao mercado.

Por derradeiro, não se verifica a perspectiva de que possam as empresas de Pinheiro Machado, em curto prazo, vir a adotar verdadeiramente a inovação como prática constante e processo continuado, eis que, como mencionado acima, ferem um dos princípios e doutrinas da disciplina: “empresas que consideram pessoas como custo se tornam incapazes de inovar” (SCHERER; CARLOMAGNO, 2009). Afinal, a inovação é um processo desordenado: difícil de mensurar e difícil de administrar (BES; KOTLER, 2011). Consequentemente, os executivos dizem que a inovação é muito importante e que a praticam em suas ações administrativas, mas a abordagem de suas empresas em relação a isto é feita, na maioria dos casos, de modo informal, sem que se detecte sua aplicação como técnica de vantagem competitiva, concluindo-se que os líderes carecem de conhecimento e informação para suas decisões sobre inovação.

5 REFERÊNCIAS

- BES, Fernando Trías de; KOTLER, Philip. **A Bíblia da Inovação**. São Paulo: Leyas, 2011.
- DUTRA, O. P. **Monografia Histórica do Município de Pinheiro Machado**. 2. ed. Piratini: Gráfica CEAJ, 1999.
- FIGUEIREDO, Paulo N. **Gestão de Inovação: conceitos, métricas e experiências de empresas no Brasil**. São Paulo: LTC, 2009.
- IBGE. **Censo 2010**. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/censo2010/>>. Acesso em: 6 jun. 2012.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do Conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 8. ed. São Paulo: Hucitec, 2004.
- SCHERER, Felipe Ost; CARLOMAGNO, Maximiliano Selistre. **Gestão da Inovação na Prática: como aplicar conceitos e ferramentas para alavancar a inovação**. São Paulo: Atlas, 2009.