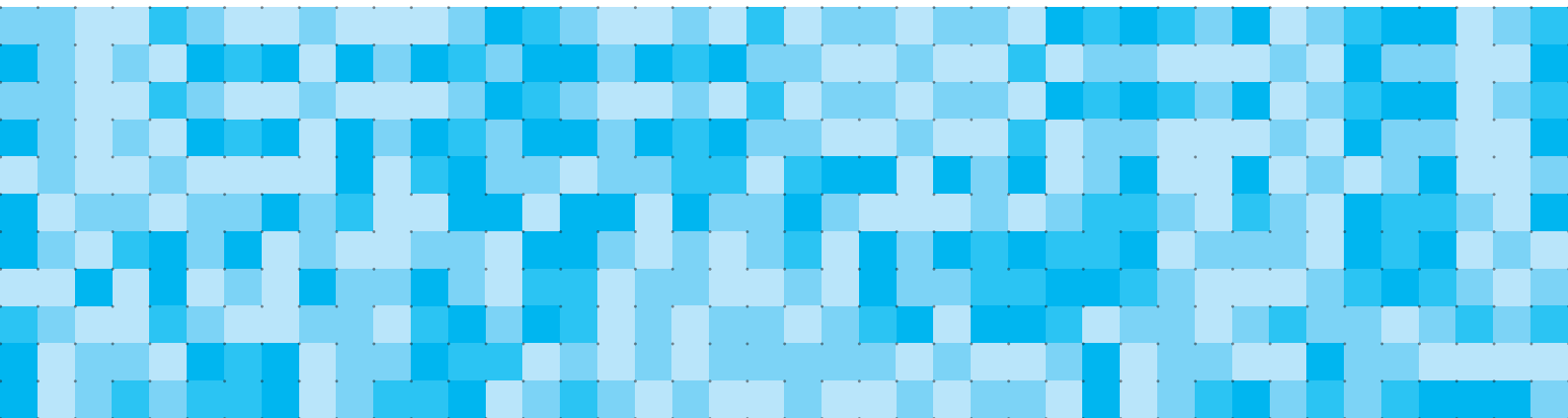


 SIMPLES

Soluções Simples | www.designsimples.com.br | solucoes@designsimples.com.br



Introdução

Este guia traz noções essenciais sobre inovação e foi baseado no “Manual de Oslo”, editado pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE).

Inovação, o que é?

Uma inovação nasce quando um produto, um processo, um método de marketing ou um método organizacional novo, ou com melhorias significativas, é implementado no mercado e utilizado de forma efetiva nas atividades de uma empresa. Inovações podem ocorrer em qualquer setor da economia, inclusive no setor público.

Para inovar é preciso **interagir com o novo**. Uma inovação pode ser nova para uma empresa, nova para um mercado ou nova para o mundo todo caso alcance diferentes mercados.

A atividade de inovação acontece sob grande **incerteza**, envolve investimentos e está sujeita à **difusão**. Compreende etapas científicas, tecnológicas, organizacionais e econômicas.

O sucesso de uma inovação está na melhora do desempenho de uma empresa, alcançado com a utilização de conhecimento novo. A inovação gera vantagem competitiva ao interferir nas **relações de demanda** ou de custos.

Inovação = Primeira Implementação

Inovação \neq Interrupções (mesmo que com vantagens de desempenho), novidades resultantes de alterações de preços, produtos personalizados, mudanças sazonais e cíclicas.

Inovar para quê?

Na realidade a razão pela qual as empresas investem em inovação é a possibilidade de melhorar o desempenho. Elas ainda podem desenvolver inovação na busca por qualidade ou capacidade de adquirir conhecimentos e implementar mudanças.

É importante uma identificação precisa dos motivos pelos quais a empresa decide inovar, tais dados auxiliam na identificação de oportunidades.

O impacto de uma inovação é sentido na produtividade, nos custos, no faturamento e nos empregos de uma empresa. Pode ser mensurado através do número de vendas, na ampliação da fatia de mercado e no ganho de eficiência.

Principais objetivos da atividade inovadora:

- Repor produtos obsoletos
- Expandir linha de produtos e serviços
- Desenvolver produtos ambientalmente responsáveis
- Ampliação da fatia de mercado ou entrada em novos mercados
- Aumento de qualidade do produto
- Redução dos custos de produção
- Redução do tempo de produção
- Aumento na qualidade das condições de trabalho

Tipos de inovação



Aquisição de conhecimentos

A inovação é um processo dinâmico onde o conhecimento é acumulado por meio de aprendizado e interação. As atividades inovadoras resultam, em parte, da forma como a empresa se relaciona com os demais atores do sistema de inovação: laboratórios governamentais, universidades, departamentos de políticas, concorrentes, fornecedores e consumidores.

Formas de interação:

- Fontes de informação abertas
- Aquisição
- Cooperação

Interações possuem diferentes fontes, custos e intensidades. Fontes externas, por exemplo, oferecem informações a custos baixos como divulgações de patentes e publicações, já consultorias demandam maior investimentos na maioria das vezes.

Intensidade da Interação	Baixa Intensidade	Alta Intensidade
Intensidade do Contato	Sem contato pessoal	Atividade profissional próxima
Fluxo de Informações	Unidirecional	Bidirecional
Exemplos	Publicações e bases de patentes	Cooperação

Prática da Inovação

Atividades de inovação variam muito de empresa para empresa. Algumas empreendem projetos de inovação bem definidos, introduzindo um novo produto por exemplo. Outras empresas realizam melhoramentos contínuos em seus produtos e processos. Em ambos os casos ocorre inovação, consistindo na implementação de uma única mudança radical ou numa série de mudanças pequenas, incrementais.

Alguns setores da economia são caracterizados por mudanças velozes e radicais, por exemplo, empresas de alta tecnologia onde a atividade de pesquisa e desenvolvimento possui papel central. Pequenas e médias empresas, que operam em setores estáveis e maduros centralizam seus esforços nas variáveis de custo e demanda, e assim inovam de forma incremental.

Formas de atuação:

- **P&D:** Novos conceitos de produtos, processos ou métodos são desenvolvidos pela empresa através de pesquisa básica ou aplicada.

- **Não P&D:** Compra-se experiência e know-how através de consultorias em engenharia e design, pode-se fazer aquisição de informações técnicas e até pagar taxas ou royalties pelo uso de invenções patenteadas.

- **Inovação regional**

Financiamento para inovar

As atividades de inovação de uma empresa podem ser caracterizadas como investimentos capazes de render retorno futuro e inclui a compra de capital, despesas com P&D e outras despesas ligadas às inovações.

- Fontes de financiamento
- Financiamento próprio
- Financiamento de outras empresas (não financeiras)
- Financiamento de empresas financeiras (empréstimos e capital de risco)
- Financiamento do governo (empréstimos e subvenções)

Incertezas

[Voltar ao capítulo 2.](#)

Empreendimentos futuros envolvendo conhecimentos e tecnologias são altamente imprevisíveis. A decisão de inovar sempre é cercada por incertezas cujo nível varia em função do setor, do ciclo de vida do produto e outros fatores. Dentre os principais obstáculos à atividade de inovação, destacam-se:

- **Obstáculos econômicos:** altos custos, ausência de demanda ou riscos considerados excessivos demais.
- **Obstáculos empresariais:** carência de profissionais qualificados, falta de conhecimentos/tecnologias, ausência de parceiros para [cooperação](#) ou resistência a mudanças pela equipe.
- **Obstáculos legais:** regulamentações e regras tributárias.

Proteção da inovação

Difusão é o influxo de conhecimentos e tecnologias envolvendo o inovador. Interações muito intensas favorecem a difusão extra-fronteiras, ou seja, transbordamentos de conhecimentos e tecnologias. Este fenômeno está relacionado com os métodos de proteção que a empresa utiliza para preservar sua propriedade intelectual.

■ SIMPLES | Tópicos Complementares

1. Primeira Implementação

Voltar ao capítulo 2

A implementação é fator determinante e caracteriza uma inovação. Um novo produto ou serviço é implementado quando introduzido no mercado, já um novo método organizacional ou de marketing será implementado a partir do momento em que for realmente utilizado nas atividades de uma empresa.

2. Relações de demanda

Voltar ao capítulo 2

Fatores de demanda determinam a atividade inovadora em vários aspectos. As relações de demanda forçam as empresas a melhorarem seus processos em busca de desempenho cada vez maior.

Na maioria das vezes, inovações nascem com objetivo de aumentar a curva de demanda de um determinado produto e conseqüentemente ampliar a parcela de mercado desta empresa. Assim, caso a empresa não acredite que exista demanda para novos produtos, não haverá mobilização para ações de inovação.

3. Difusão da inovação

[Voltar ao capítulo 2](#)

Muitas vezes os resultados gerados por uma inovação não são totalmente apropriados pelo inovador exclusivamente. Após uma solução inovadora ser implementada, fica impossível restringir seu acesso aos consumidores e concorrentes. Seus benefícios vão muito além da empresa inovadora.

○ incentivo para inovar diminui quando o inovador pode não se beneficiar completamente dos potenciais de sua inovação. Assim, a capacidade de **proteção** de uma inovação é de grande importância e relevância na atividade inovadora.

4. Inovações de Produto

[Voltar ao capítulo 4](#)

Acontece quando é introduzido, de forma efetiva no mercado, novo bem ou serviço que apresenta significativas diferenças em relação ao que já vem sendo realizado.

Quanto a bens, podemos destacar: melhorias em especificações técnicas, materiais, componentes, usabilidade e funcionalidade. Quanto aos serviços, podem ser criadas propostas totalmente novas ou apenas melhorias no que já vem sendo disponibilizado ao público.

De forma geral, inovações de produto alimentam-se de novos conhecimentos e demandam novo uso de tecnologias já existentes.

A importância, para a empresa, da inovação em bens é a possibilidade de aumentar a demanda e obter maiores margens sobre os custos em virtude de suas qualidades e diferenciação. Inovações em serviços são cada vez mais reconhecidas devida sua grande importância para o crescimento econômico.

5. Inovações de Processos

[Voltar ao capítulo 4](#)

Este tipo de inovação é caracterizado pela implementação de novos processos nas operações das empresas. Buscam aumentar a produtividade, dando à empresa inovadora vantagem de custo sobre os concorrentes, elevando a margem sobre custos.

6. Inovação Organizacional

[Voltar ao capítulo 4](#)

Uma inovação organizacional caracteriza-se pela implementação de novo método organizacional nas atividades da empresa, na organização do espaço de trabalho ou em suas relações externas.

Esta forma de inovação busca melhorar o desempenho da empresa através da redução de custos, na melhoria da satisfação nos locais de trabalho e no ganho em produtividade.

A estrutura organizacional de uma empresa afeta diretamente suas atividades inovadoras. Organizações mais integradas favorecem planejamento e coordenação. São ideais para a implementação de [inovações incrementais](#). Já organizações mais livres e flexíveis permitem mais autonomia à equipe, mostrando-se mais efetiva na geração de [inovações radicais](#).

7. Inovação de marketing

[Voltar ao capítulo 4](#)

Uma inovação de marketing ocorre com a implementação de um novo método de marketing que traz mudanças relevantes na concepção de um produto, no seu posicionamento ou em sua promoção. Este tipo de inovação busca melhor atender os consumidores, abrir novos mercados ou reposicionar um produto como forma de incrementar as vendas.

Este tipo de inovação envolve mudanças no modo de embalar um produto, na sua estética e usa novos conceitos de promoção. O desenvolvimento e a introdução de um símbolo fundamentalmente novo para uma marca, diferentemente de atualizações regulares de aparência, é inovação e visa posicionar o produto em novo mercado ou dar-lhe nova imagem.

8. Fontes de informação abertas

[Voltar ao capítulo 5](#)

São fontes que não exigem qualquer custo sobre a interação ou direitos. Alguns exemplos de fontes de informação abertas são assinaturas de jornais e revistas especializadas, participação em feiras, conferências e exposições até filiação a associações.

9. Aquisição de tecnologias e conhecimentos

[Voltar ao capítulo 3](#)

Forma de obter acesso a tecnologias e conhecimentos através da compra de máquinas, equipamentos, serviços de pesquisa, consultoria ou contratação de pessoal qualificado.

10. Cooperação

[Voltar ao capítulo 5](#)

Envolve cooperação entre empresas e instituições de pesquisa em atividades de inovação. Pode compreender a compra de conhecimentos e tecnologia. Todos os integrantes assumem papel ativo no desenvolvimento da inovação. Este formato possibilita o acesso a conhecimentos e tecnologias que a empresa pode não estar apta a conseguir sozinha.

8. Fontes de informação abertas

[Voltar ao capítulo 5](#)

São fontes que não exigem qualquer custo sobre a interação ou direitos. Alguns exemplos de fontes de informação abertas são assinaturas de jornais e revistas especializadas, participação em feiras, conferências e exposições até filiação a associações.

9. Aquisição de tecnologias e conhecimentos

[Voltar ao capítulo 5](#)

Forma de obter acesso a tecnologias e conhecimentos através da compra de máquinas, equipamentos, serviços de pesquisa, consultoria ou contratação de pessoal qualificado.

10. Cooperação

[Voltar ao capítulo 8](#)

Envolve cooperação entre empresas e instituições de pesquisa em atividades de inovação. Pode compreender a compra de conhecimentos e tecnologia. Todos os integrantes assumem papel ativo no desenvolvimento da inovação. Este formato possibilita o acesso a conhecimentos e tecnologias que a empresa pode não estar apta a conseguir sozinha.

11. Inovações radicais e incrementais

Voltar ao capítulo 6

Conceito que considera o impacto de uma inovação em oposição à sua novidade. Inovações radicais são caracterizadas por rupturas mais intensas, causando relevante impacto em seu mercado ou nas atividades de uma empresa. Inovações incrementais são aquelas cujo processo de mudança ocorre de forma mais gradual e seu impacto é visto a partir do conjunto de pequenas inovações implementadas de forma contínua.

12. Pesquisa e Desenvolvimento Experimental

Voltar ao capítulo 6

Forma de aquisição de novos conhecimentos onde o trabalho criativo é realizado de forma sistemática. Não objetiva diretamente o mercado, porém seu uso contribui para o desenvolvimento de novos produtos, processos ou métodos. Gera conhecimentos, novas soluções e aplicações de tecnologias.

11. Inovações radicais e incrementais

Voltar ao texto complementar 6

Conceito que considera o impacto de uma inovação em oposição à sua novidade. Inovações radicais são caracterizadas por rupturas mais intensas, causando relevante impacto em seu mercado ou nas atividades de uma empresa. Inovações incrementais são aquelas cujo processo de mudança ocorre de forma mais gradual e seu impacto é visto a partir do conjunto de pequenas inovações implementadas de forma contínua.

12. Pesquisa e Desenvolvimento Experimental

Voltar ao capítulo 7

Forma de aquisição de novos conhecimentos onde o trabalho criativo é realizado de forma sistemática. Não objetiva diretamente o mercado, porém seu uso contribui para o desenvolvimento de novos produtos, processos ou métodos. Gera conhecimentos, novas soluções e aplicações de tecnologias.

13. A empresa inovadora

[Voltar ao capítulo 2](#)

Para que uma empresa seja considerada ativamente inovadora, deverá realizar atividades de inovação:

- Bem sucedidas, sem necessariamente atingir êxito comercial. Implementou uma inovação.
- Em processo, atividades em curso que ainda não chegaram ao estágio de implementação.
- Abandonadas antes de chegar ao estágio de implementação.

14. Inovação em pequenas e médias empresas

Voltar ao capítulo 6

Pequenas e médias empresas (PMEs) têm necessidades específicas em suas atividades de inovação. Neste caso, interações de qualidade com os diferentes atores da rede de inovação são muito importantes.

O impacto de inovações em pequenas e médias empresas se reflete no crescimento econômico, devido ao peso destes setores na economia. Geralmente, PMEs adotam a forma incremental de inovação, mais centradas em eficiência de produção, diferenciação do produto e marketing.

Financiamento é um fator de importância na atividade de inovação deste segmento. PMEs não raro carecem de fundos para conduzir projetos de inovação e tem menos acesso ao crédito externo do que empresas maiores.

15. Inovação Regional

[Voltar ao capítulo 6](#)

Fatores regionais interferem diretamente nas atividades de inovação, este ponto de vista vem ganhando crescente importância.

A identificação das características específicas de uma determinada região ajuda a entender melhor seus processos de inovação e contribui para definir políticas e estratégias locais. Pode se levar em conta a presença de instituições locais de pesquisa, empresas, conglomerados industriais, capital de risco, infra-estrutura e ambiente empresarial favorável.

16. Financiamento Governamental

[Voltar ao capítulo 7](#)

Não reembolsável (CNPq e Finep): Destinado às instituições públicas e privadas sem fins lucrativos. Voltado para projetos de pesquisa científica, tecnológica ou de inovação, realização de estudos, eventos ou seminários para intercâmbio de conhecimentos entre pesquisadores.

Reembolsável (Finep): Para instituições com capacidade de desenvolver P&D e que tenham capacidade de pagamento.

Subvenção econômica

- Lei do Bem: Concessão de benefícios fiscais a empresas para inovação tecnológica.
- Lei da Inovação: Subvenção econômica, promoção e incentivo para empresas quanto ao desenvolvimento de processos e produtos inovadores.

17. Métodos de proteção

[Voltar ao capítulo 9](#)

Métodos formais:

- Patentes
- Registros de design
- Marcas registradas
- Direitos autorais
- Acordos confidenciais e segredos industriais

Métodos informais:

- Segredos não cobertos por acordos legais
- Patente de inovação
- Patente de modelo de utilidade
- Registro de marca

17. Métodos de proteção

[Voltar ao texto complementar 3](#)

Métodos formais:

- Patentes
- Registros de design
- Marcas registradas
- Direitos autorais
- Acordos confidenciais e segredos industriais

Métodos informais:

- Segredos não cobertos por acordos legais
- Patente de inovação
- Patente de modelo de utilidade
- Registro de marca

