

FATORES QUE INFLUENCIAM A INOVATIVIDADE NAS EMPRESAS

Aline Machado¹

Christiane Bischof dos Santos²

INTRODUÇÃO

O contexto empresarial dinâmico e competitivo em que grande parte das organizações está inserida acentua a necessidade destas desenvolverem competências necessárias à promoção de um ambiente favorável à geração de inovações na empresa. Nesta linha, emerge o conceito de inovatividade (*innovativeness*) que consiste na habilidade de uma organização orquestrar o desenvolvimento de novos produtos e serviços.

Entre as grandes organizações presentes hoje, observamos uma parte considerável de empresas familiares, que historicamente, no Brasil, enfrentam problemas em sua capacidade de sustentar projetos mais pesados de investimento devido à rejeição a riscos e rigidez gerencial. Neste estudo, inicialmente buscou-se a resposta para a seguinte pergunta: Quais os fatores relacionados à liderança que estão associados à alavancagem e à manutenção da inovatividade em organizações do setor industrial do Paraná? Após o início do estudo, a pergunta foi alterada para: O fato da empresa ser familiar ou não, impacta na alavancagem e manutenção de sua inovatividade? Especificamente, objetiva-se: elaborar um modelo teórico a partir da literatura referente à inovatividade e estilos de liderança; elaborar e validar o questionário de pesquisa; validar os construtos e o instrumento de coleta de dados; aplicar o questionário às empresas do setor industrial do Paraná e analisar estatisticamente os dados.

¹ Aluna do 5º período do curso de Administração da FAE Centro Universitário. Bolsista do Programa de Apoio à Iniciação Científica (PAIC 2015-2016). E-mail: aline.amachado@outlook.com

² Doutora em Administração pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Professora da FAE Centro Universitário. E-mail: christiane.santos@fae.edu

1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O termo inovatividade corresponde à capacidade de inovar da organização, ou seja, a propensão e a boa vontade em “tentar novas coisas” (GARCIA; CALANTONE, 2002). Em uma perspectiva mais prática, Garcia e Calantone (2002) salientam que a capacidade da organização em inovar exerce influência sobre os recursos da empresa, habilidades, conhecimento, capacidades e estratégia.

Panuwatwanich, Stewart e Mohamed (2009) argumentam que o processo de inovação ocorre quando alguém desenvolve e implementa novas ideias e que consequentemente gera maior desempenho organizacional.

Com relação à empresa familiar, segundo Verstraete (2000 apud TOMPSITTI et al., 2006, p. 2), há uma grande dificuldade em definir “empresa familiar”. Para Leone (1992), quando há sucessão na organização vinculada à família ou valores institucionais ligados à família, considera-se empresa familiar.

Para Gonçalves (2000, p. 8):

o que de fato caracteriza a empresa familiar é a coexistência de três situações, que são: a) a empresa é propriedade de uma família, detentora da totalidade ou da maioria das ações ou cotas, de forma a ter o seu controle econômico; b) a família tem a gestão da empresa, cabendo a ela a definição dos objetivos, das diretrizes e das grandes políticas; c) finalmente, a família é responsável pela administração do empreendimento, com a participação de um ou mais membros no nível executivo mais alto.

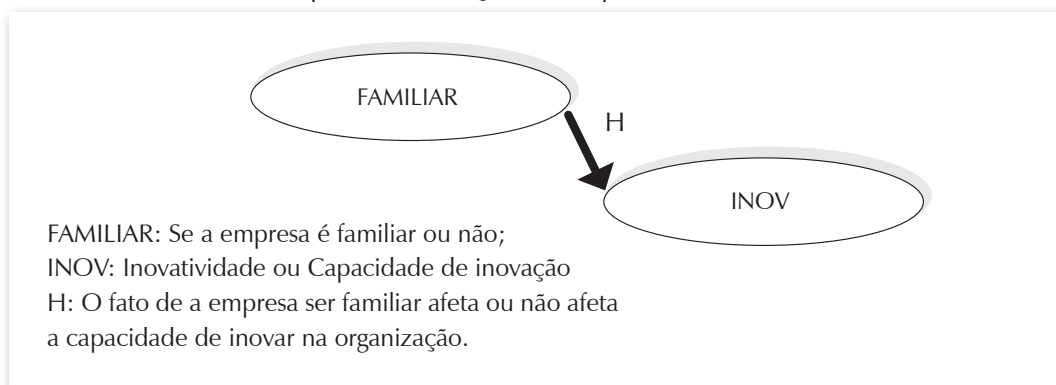
Esta é a definição que será utilizada neste estudo.

2 METODOLOGIA

Esta pesquisa caracteriza-se como um estudo exploratório, que visa ampliar o conhecimento empírico do problema. O levantamento dos dados primários foi realizado por meio de questionário. Este é formado pelos construtos sugeridos por Calantone, Cavusgil e Zhao (2002) e Ozsahin, Zehirb e Acarc (2013) e enviado para colaboradores das indústrias paranaenses. O questionário é composto por 15 blocos de perguntas.

Elaborou-se também um esquema em que se verifica o impacto da empresa ser familiar ou não na inovatividade da organização.

FIGURA 1 – Modelo de impacto da inovação em empresas familiares



FONTE: As autoras (2016)

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para validação da hipótese apresentada (o fato de a empresa ser familiar afeta ou não a capacidade de inovar na organização), escolheu-se duas perguntas para análise: Q1: “Nossa empresa frequentemente testa novas ideias” e Q2 “Com relação à chefia: empodera e incentiva as pessoas a implementarem novas estratégias?”, sendo 1 = discordo totalmente e 7 = concordo totalmente. As perguntas foram escolhidas com base na afirmação de Panuwatwanich, Stewart e Mohamed (2009), no qual argumentam que o processo de inovação ocorre na implementação de novas ideias. Para as duas perguntas, obteve-se o retorno de 17 respostas válidas. Entre as 17 respostas, os resultados para a Q1 foram: nove pessoas que classificaram sua organização como não familiar; quatro responderam que concordam com a afirmativa, classificando-a de 6 a 7; cinco responderam que não concordam totalmente, classificando a afirmativa como 2, 3 e 4.

Ainda na Q1, quatro entrevistados classificaram a empresa onde trabalham como familiar, porém com uma gestão profissionalizada, destas, todas concordaram com a afirmativa e a classificaram de 6 a 7. Os quatro restantes classificaram a organização como empresa familiar e concordaram com a afirmativa, classificando-a de 5 a 7.

Para a segunda questão (Q2) obteve-se os seguintes resultados: dos nove entrevistados que consideraram sua organização como não familiar, quatro não concordam totalmente com a afirmativa e a classificaram de 2 a 3, as outras cinco concordaram com a afirmativa, classificando-a de 6 a 7. Entre os quatro que identificaram a empresa onde trabalham como familiar, porém com a gestão profissionalizada, quatro concordaram com a afirmativa classificando-a como 6. Dos quatro entrevistados que classificaram sua empresa como familiar, dois não concordaram totalmente com a afirmativa e a classificaram de 3 a 4, outros dois concordaram classificando-a de 5 a 6.

Devido ao baixo retorno de resposta válidas, não é possível afirmar que o fato da empresa ser familiar impacta na capacidade de inovar da organização, conforme os dados da pesquisa quantitativa, a diferença entre as classificações das perguntas para a empresa não familiar e familiar não é de fato significativa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A inovatividade ou capacidade de inovar das empresas tem grande influência em seu desenvolvimento e permanência no mercado. Neste estudo, buscou-se verificar se há impacto na inovatividade da organização o fato da empresa ser familiar ou não. De acordo com os dados, teve-se dificuldade em obter retorno dos questionários enviados às empresas, portanto, não houve diferenças significativas com relação à inovação sobre empresas familiares e não familiares. Realizou-se o cumprimento dos objetivos específicos, pois, elaborou-se um modelo teórico, validou-se o instrumento de coleta de dados, aplicou-se o questionário e analisou-se os dados. Propõe-se uma continuação para este estudo, pois é um tópico ainda pouco explorado, porém de grande importância para a comunidade científica em geral.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, D. M.; LIMA, J. B. de; BORGES, A. F. Ações empreendedoras em empresas familiares: um estudo sob a ótica de oportunidades, inovação e aprendizagem. In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS, 8., 2014, Goiânia. **Anais...** Goiânia, 2014.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 5. ed. São Paulo: Edições 70, 2009.
- BRASIL. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. **PINTEC**: pesquisa em inovação. Disponível em: <<http://www.pintec.ibge.gov.br>>. Acesso em: 15 dez. 2015.
- CALANTONE, R. J.; CAVUSGIL, S. T.; ZHAO, Y. Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance. **Industrial Marketing Management**, New York, v. 31, n. 6, p. 515-524, May, 2002.
- GARCIA, R.; CALANTONE, R. A critical look at technological innovation typology and innovativeness terminology: A literature review. **Journal of Product Innovation Management**, New York, v. 19, n. 2, p. 110-132, May, 2002.
- GITAHY, Y. O que é uma startup? **Sebrae nacional**, 15 ago. 2016. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/o-que-e-uma-startup,616913074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 2 set. 2016.
- GONÇALVES, J. S. R. C. As empresas familiares no Brasil. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 40, n. 1, p. 7-12, jan./mar. 2000.
- HAIR, J. F. et al. **Multivariate data analysis**. 5th. New Jersey: Prentice Hall, 1998.
- KUMAR, N.; SIDDHARTHAN, N. S. **Technology, market structure and internalization**: issues and policies for developing countries. London: Routledge, 1997.
- LAM, C.; ZUINI, P. 45 startups brasileiras de futuro. **Exame**, 29 nov. 2012. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/pme/noticias/45-startups-brasileiras-de-futuro>>. Acesso: 22 jan. 2016.
- LEONE, N. Sucessão: como transformar o duelo em dueto. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 31, n. 3, p. 76-81, jul./set. 1996.
- LETHBRIDGE, E. Tendências da empresa familiar no mundo. **Revista do BNDES**, n. 7, jun. 1997. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/revista/rev707.pdf>. Acesso em: 2 set. 2016.
- MACEDO, B. K. Cultura, poder e decisão na organização familiar brasileira. **RAE Eletrônica**, v. 1, n. 1, jan./jun. 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/raeel/v1n1/v1n1a14>>. Acesso em: 2 set. 2016.
- ROSSATO NETO, F. J.; CAVEDON, N. R. Empresas familiares: desfilando seus processos sucessórios. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, p. 2-16, dez. 2004.
- OZSAHIN, M.; ZEHIRB, C.; ACARC, A. Z. Linking leadership style to firm performance: the mediating effect of the learning orientation. **Social and Behavioral Sciences**, v. 99, n. 6, p. 363- 372, Nov. 2013.

PANUWATWANICH, K.; STEWART, R. A.; MOHAMED, S. Validation of an empirical model for innovation diffusion in Australian design firms. **Construction Innovation**, v. 9, n. 4, p. 449-467, 2009.

PEREIRA, M. et al. Fatores de inovação para a sobrevivência das micro e pequenas empresas no Brasil. **Revista de Administração e Inovação**, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 50-65, 2009.

QUANDT, C. O.; FERRARESI, A. A.; BEZERRA, C. A. 10 dimensões da inovatividade e seus impactos no desempenho inovador. In: ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 37., 2013, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, 2013.

ROBEHMED, N. What is a startup? **Forbes**, 16 dez. 2013. Disponível em: <<http://www.forbes.com/sites/natalierobehmed/2013/12/16/what-is-a-startup/>>. Acesso em: 21 jan. 2016.

SANTOS, C. B. dos et al. Enterprise architecture for startups: a case study of an entrepreneurial small food company in Brazil. **Australian Journal of Basic & Applied Sciences**, v. 7, n. 13, p. 101-110, May, 2015.

SHUMAN, J. C.; SHAW, J. J.; SUSSMAN, G. Strategic planning in smaller rapid growth companies. **Long Range Planning**, London, v. 18, n. 6, p. 48-53, nov. 1985.

TOMAÉL, M. I.; ALCARÁ, A. R.; CHIARA, I. G. Di. Das redes sociais à inovação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 34, n. 2, p. 93-104, maio/ago. 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v34n2/28559.pdf>>. Acesso em: 2 set. 2016.

TOMPSITTI, C. C. et al. **Vantagens e desvantagens da empresa familiar sob a perspectiva de seus dirigentes**. 2006. 25f. Trabalho de Conclusão (Disciplina de Intervenções em Organizações) – Curso de Psicologia, Instituto de Ciências Humanas, Universidade Paulista, Araçatuba, 2006.

YIN, R. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2010.