O CARACTERÍSTICO DE INOVAÇÃO, MÉTRICA COMPLEMENTAR AO RADAR DE INOVAÇÃO

André M. Cavalcanti
andremarques2008@gmail.com

Marcos Roberto Góis de Oliveira
mrgois@hotmail.com

Marcos Felipe Falcão Sobral
marcos_sobral@bol.com.br

André M. Cavalcanti Filho
andresuape@gmail.com

Ana Paula Cabral Seixas Costa
apcabral@gmail.com
Universidade Federal de Pernambuco
Av. Prof. Moraes rego, 1235 – Cidade Universitária , Recife – PE – CEP 5067-901

RESUMO

As mudanças sociais exigem dos empresários a reavaliação de seus negócios e a busca por melhorias. Isto se torna especialmente importante quando se trata de Micro e Pequenas Empresas (MPE), fazendo com que a promoção da inovação seja um dos fatores-chave para o seu desenvolvimento. Em função da importância das MPE para a geração de emprego e renda, as MPE´s têm recebido grande atenção por parte do governo. Entretanto, a grande dificuldade da aplicação de políticas voltadas para inovação encontra-se em medir os seus efeitos. Diante disso, o presente trabalho visa discutir o uso de métricas que localizem dimensões do radar de inovação consideradas como característica para o conjunto de empresas analisadas. Definem-se então métricas denominadas de Característicos de Inovação Setorial a partir de dados obtidos em pesquisa de campo relativo ao levantamento do Radar de Inovação que trata 12 dimensões de Inovação. A partir dessas métricas é possível direcionar políticas de fomento a inovação que sejam capazes de provocar um maior impacto sobre as empresas de um determinado setor ou região respeitando as suas características ontologicas. Para validação do modelo proposto são feitos testes com uma amostra 50 empresas do setor da indústria de móveis e 150 empresas do setor de comércio varejista. A partir da aplicação do modelo proposto ficam evidencias as diferenças de comportamento de inovação entre setores e as dimensões potencializa o desenvolvimento do setor frente a concorrência intra-setorial.

PALAVARAS CHAVE. : Inovação; Desenvolvimento organizacional; Métricas de inovação.

ABSTRACT

Due to economic and social changes which require industries to reassess their business, make frequent adaptations and to search constantly for improvements to ensure their survival and competitiveness, micro and small enterprises (MSE) have been demonstrating their importance in regional development. In function of the importance of the MPE for the generation of job and income, the MPE have received great attention from the government. However, the great difficulty of the politics application directed for innovation meets in measuring its effect. Ahead of this, the present work aims at to argue the metric use to locate dimensions of the innovation radar considered as characteristic for the set

of analyzed companies. This metric is called of Innovation Sector Characteristic from data gotten in field research to Radar of Innovation survey that deals with 12 dimensions Innovation. From these metric ones the innovation is possible to direct promotion politics that are capable to provoke a bigger impact on the companies of one determined sector or region respecting its characteristic ontological. For validation of the considered model 50 companies of the sector of the industry of furniture and 150 companies of the sector of retailing are made tests with a sample. From the application of the considered model they are you evidence the differences of behavior of innovation between sectors and the dimensions improve the development of the sector front the intra-sector competition.

KEYWORDS: Innovation; Organizational development; Innovation metrics.