



A Inovação como Fator de Competitividade para as Organizações Nacionais.

Rosecler Maschio Gilioli, Ivan Zanetti

RESUMO

Este artigo tem como objetivo de analisar os benefícios da inovação como fator de competitividade para as organizações nacionais. Para isso, contempla tais conceitos, analisa empresas que possuem inovação como modelo de negócio e demonstra os benefícios que o governo federal oferece a organização que se propõe a investir no processo inovativo. A metodologia utilizada é de natureza qualitativa, nível exploratório, estratégia de estudo de três casos, processo de coleta de dados através de análise de referência I bibliográfico e a análise, através de análise de discurso do conteúdo levantado. É possível compreender as dificuldades de implantação deste processo, devido ao medo do desconhecido e o desprendimento inicial de recursos para este fim. Todavia, apesar das dificuldades iniciais e um longo caminho sinuoso para ter inovação como modelo de negócio, os resultados a médio e longo prazo são recompensadores. Caminhos se abrem para novos mercados, investimentos oriundos de outros países começam a aparecer no radar, e a visibilidade da marca e da organização atingem níveis globais.

Palavras-chave: Inovação. Competitividade. Organizações.

1 INTRODUÇÃO

Este artigo tem como objetivo de analisar os benefícios da inovação como fator de competitividade para as organizações nacionais. O cenário político e econômico de instabilidade colocou o país em uma recessão próxima a 8% no biênio 2015/2016, e como consequência, aumento da inflação, taxas de juros maiores para obtenção de crédito e aumento de tributos, obrigaram as organizações a rever seus custos, em áreas como inovação. O processo de inovação por vezes fica à mercê de recursos, no entanto nas empresas como a Embraer, WEG e GranBio, foram constatados processos inovadores.

Quando se trata de competitividade, preocupar-se com ela é essencial segundo Natário (2004). A questão atualmente ocupa destaque dentro do nível empresarial, em âmbito nacional e internacional. Com a globalização, internacionalização, e integração das economias, a competitividade assume importância nas políticas de desenvolvimento. Assim sendo as organizações tendem a explorar as suas vantagens competitivas e a sua eficácia produtiva para poderem competir. Para os autores também, um fator diferenciado de competitividade é a inovação, que assume um papel central na abertura de novos mercados. Para obter êxito conjugando competitividade e inovação é providencial a ação conjunta dos agentes públicos e privados.

O governo federal, objetivando incentivar a competitividade da indústria nacional, possui linhas de incentivo a inovação, através de duas leis: a lei do bem e a lei da inovação tecnológica. Seus principais benefícios são dedução de impostos que podem ser reinvestidos novamente em pesquisa e desenvolvimento. O conjunto de medidas tem seu epicentro na melhoria contínua dos processos, produtos e serviços, visando atuar no crescimento econômico das organizações e da economia brasileira.

Todavia, o governo federal estabeleceu regras para acesso ao conjunto de medidas. É necessário que as empresas comprovem sua regularidade fiscal e se enquadrem no regime de lucro real, fato esse que restringe o acesso a apenas 8% das indústrias instaladas no Brasil. As regras são rígidas e as empresas tem dificuldades de adequar-se as exigências impostas Ao



apostar no novo, é imprescindível que suas lideranças estejam preparadas para a desordem, para o enfrentamento do desconhecido.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. CONCEITOS DE INOVAÇÃO

Busca-se cada vez mais a criatividade, aperfeiçoar processos já existentes e que as organizações sejam inovadoras. Porém cabe observar que esse conceito não nasce pronto, pois as melhores ideias não surgem repentinamente de forma que já possam ser aplicadas ou transformadas em um produto melhor amanhã.

E fato que, elas necessitam de amadurecimento e do incremento de outras opiniões ao decorrer do tempo de maturação. É necessário um período longo na maioria dos casos para que uma ideia seja lapidada, passe por aperfeiçoamentos dentro das organizações transformando assim um produto melhor e mais competitivo. Isso é recorrente ao longo da história da inovação.

Se voltarmos um pouco no tempo, a criatividade aflorava de maneira diferente dos dias atuais. Os cafés durante o período iluminista e os salões de Paris no Modernismo eram verdadeiros espaços criativos, pois as pessoas se reuniam nesses locais de uso comum onde às ideias circulavam livremente, favorecendo assim a junção de várias opiniões para um determinado assunto. Nesse espaço, podia-se interagir sobre política, arte, literatura, ciência. Era a forma de conectividade da época.

Atualmente essa forma adotada no período Iluminista e Modernista passa a impressão que o ambiente de conexão com o mundo em tempo real seja menos inspirador de criatividade, pois as pessoas não se reúnem dessa forma em espaços de interação como na época. No entanto, a conectividade oferecida pela internet, contribui para que a interação com qualquer parte do mundo em tempo real proporcione o encaixe das várias variáveis envolvidas para o desenvolvimento ou aperfeiçoamento de um novo produto ou serviço. (HAMA, 2014). (BOOKTRAILER, 2010).

No ambiente corporativo, muitos dos colaboradores pensam que criatividade, inovação e invenção possuem o mesmo significado.

Como enfatiza Schumpeter (1985) inovação não é sinônimo de invenção.

É inteiramente imaterial se uma inovação provém de uma invenção ou não. Inovação é possível sem nada que possamos identificar como uma invenção, e uma invenção não necessariamente induz uma inovação; a invenção por si só não produz nenhum efeito economicamente relevante. (...). Mesmo quando a inovação resulta de uma invenção, que tanto pode ter acontecido autonomamente como em resposta a uma dada situação de negócio, as duas ações são, econômica e sociologicamente, duas coisas inteiramente diferentes, mesmo quando por acaso são executados pela mesma pessoa. As atitudes pessoais e os processos sociais que produzem invenções e inovações pertencem a diferentes esferas, e as relações entre ambas são muito mais complexas do que pode parecer à primeira vista. (SCHUMPETER, 1985)

Isso confirma a diferença entre ambas, pois a inovação se faz possível através da criação de algum valor econômico agregado a um produto ou serviço existente, diferentemente da invenção, que de acordo com Serafim (2011) para que seja caracterizada como tal e preciso que a ideia seja transformada em planos, fórmulas protótipos, modelos e outras formas de registro, como resultado de uma ação deliberada para criar algo que atenda uma finalidade.

A inovação é um processo complexo, onde muitas das organizações não estão preparadas para lidar com as variáveis envolvidas, e logo, não obtém êxito ao tentar implantar tal processo. Serafim (2011) afirma que a teoria, desde os estudos pioneiros de Schumpeter, e os numerosos exemplos práticos nos mostra que a inovação é obrigatória para as organizações



que desejam desempenhar em patamar superior e manter ciclos duradouros de crescimento. (SERAFIM, 2011, p. 40). A inovação visa buscar vantagens competitivas através de investimentos em pesquisas e novas tecnologias, atribuindo valor a produtos e processos já existentes, tornando assim a organização diferenciada de seus concorrentes. Porém é preciso ter ciência que a incerteza fará parte do processo e desenvolver a cultura de tolerância ao erro é imprescindível.

O manual de Oslo foi criado com o objetivo de definir um conjunto de indicadores de inovação. No Manual de Oslo (OECD, 1997) a inovação é caracterizada como a criação de novos produtos ou tecnologias, nas áreas de P&D ou *marketing*. A aquisição de novas tecnologias é uma atividade inovadora, então inovar é fazer uso de tecnologias existentes de outras maneiras.

Outro fato a considerar nesse contexto de inovação é a criatividade, pois é aonde nascem às ideias, seja da maneira retratada nos cafés, nos salões Parisienses, ou através das formas virtuais que estão dispostas na realidade em que vivemos. O fato é que a criatividade é, novos pontos de vista e/ou ineditismo de pensamentos. Por conseguinte, a interação entre departamentos da organização, aliada a meios externos de troca de informações, consegue então criar o fato gerador da inovação.

2.2 A IMPORTÂNCIA DA INOVAÇÃO PARA AS EMPRESAS

No cenário mundial altamente competitivo, com livre comércio assegurado por boa parte das nações, os produtos e serviços que se encontram a disposição dos consumidores são incontáveis e se tornam obsoletos em um curto espaço de tempo. Todavia, muitas organizações ainda não se deram conta do cenário que os mercados estão imbuídos. Investir em inovação, pesquisa e desenvolvimento, de forma a agregar valor aos produtos e serviços já existentes, permite que as empresas disputem o topo na corrida mercadológica.

Walt Disney em umas de suas falas diz que “Nós continuamos seguindo em frente, abrindo novas portas e fazendo coisas novas, porque somos curiosos... e a curiosidade continua nos conduzindo por novos caminhos.” Fica evidente que todos os envolvidos no processo inovativo saem dele fortalecidos. (SERAFIM, 2011)

No processo de escolha de uma marca, é significativa a quantidade de pessoas que se sentem tentadas com marcas que investem em inovação. Serafim (2011, p. 45) afirma que “Nos últimos anos, as empresas aprenderam também que é muito bom para os negócios quando as marcas são percebidas pelos clientes como inovadoras.” Isso ocorre pelo fato de que os consumidores associam a marca conceitos de modernidade e competência que são consequências dos investimentos em pessoas qualificadas e alta tecnologia. Essa agregação de valor baseada na inovação como modelo de negócio, cria uma fidelização com tais marcas, e os consumidores se dispõem a aumentar seus investimentos para aquisição desses produtos e se tornam usuários dos produtos atuais e dos que estão por vir.

As vantagens de se investir em inovação podem ser também assim definidas: O impacto das inovações no desempenho da empresa varia dos efeitos sobre o faturamento e a parcela de mercado detida às mudanças na produtividade e na eficiência. Entre os impactos significativos nas esferas industrial e nacional estão às mudanças na competitividade internacional e na produtividade total dos fatores, os transbordamentos de conhecimento das inovações realizadas nas empresas, e um aumento no montante de conhecimentos que circulam nas redes. (OECD, 1997).

Nesse cenário cabe ressaltar que o conhecimento gerado é imensurável, pois busca-se através do momento em que a organização começa seu processo de inovação agregar conhecimento externo, oriundo de diversas fontes das quais podemos citar: demais empresas, universidades através de acesso a laboratórios de testes juntamente com profissionais



qualificados para atuar em parceria, institutos de pesquisa e desenvolvimento ligados ao governo federal, entre outros conhecimentos disponíveis nas redes. Isso tudo torna o ambiente de trabalho extremamente qualificado, com o incremento de opiniões adversas muitas vezes, das quais a cegueira organizacional rotineira não permite evidenciar. SERAFIM,2011).

2.3.CONCEITOS DE COMPETITIVIDADE

Atualmente as variações políticas e econômicas que acontecem em qualquer parte do mundo, afetam os negócios de forma sistêmica, devido à interconectividade presente com o avanço das tecnologias. Por isso, ser competitivo neste cenário, requer muita astúcia das empresas, para que elaborem planos e ações visando satisfazer as necessidades de seus consumidores de forma mais exitosa que seus concorrentes.

Conforme Martins e Guindani:

As organizações estão inseridas em um contexto socioeconômico muito mutável . Por isso procuram adotar estratégias adequadas que lhes proporcionem competitividade dentro desse cenário. Assim para enfrentar os desafios atuais as empresas desenvolvem as chamadas es- tratégias competitivas colaborativas e cooperativas. (MARTINS; GUINDANI; 2013, p.6).

Na visão de Porter (1999), a vantagem competitiva deve ser sustentável, ou seja, deve ser a base para um desempenho acima da média no longo prazo.

Para Ansoff,

Formular estratégias é uma questão de sobrevivência considerando principalmente as variações constantes e sem controle que ocorrem no ambiente externo. Isso força as organizações a se adaptarem aos novos desafios às ameaças e às oportunidades do mercado. (ANSOFF, 1990, p. 14).

Ou seja, uma organização conseguirá manter sua vantagem perante os concorrentes desde que estes não consigam copiar ou replicar o conjunto de suas práticas.

Porém o Brasil necessita evoluir muito ainda, para que, as empresas aqui instaladas aumentem sua competitividade global. Segundo informações obtidas no site¹ Portal da Indústria, o Mapa Estratégico da Indústria 2013-2022 prevê que a produtividade industrial, produção de manufaturados por hora trabalhada, vai crescer a taxa de 4,5% ao ano até 2022. Nos últimos 20 anos, o crescimento foi de 2,3% ao ano. Para chegar a esse aumento, a Confederação Nacional das Indústrias (CNI), defende que é preciso melhorar o ambiente institucional e facilitar o acesso a financiamentos e incentivos à inovação, aumentar a oferta de serviços tecnológicos para as empresas e melhorar a qualidade da gestão empresarial. Mesmo com o crescimento dos últimos anos, o Brasil não alcançou o ritmo de países desenvolvidos como Estados Unidos, Alemanha, Coreia do Sul e Japão, que apresentaram taxa média superior a 3% ao ano. Os gastos empresariais em pesquisa e desenvolvimento estão aumentando, porém a comparação com outros países é desfavorável ao Brasil. O *Global Competitiveness Report 2012-2013* coloca o Brasil na 113ª posição no que se refere à disponibilidade de cientistas e engenheiros. Nos demais fatores relacionados à inovação, o país ocupa a 33ª posição considerando o gasto privado em pesquisa e desenvolvimento e a 34ª colocação em termos de capacidade de inovar, em uma lista de 144 países. (PORTAL DA INDÚSTRIA, 2016).

¹ Disponível em: <www.portaldaindustria.com.br>. Acesso em: 10 abr. 2016.



2.4. ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA, A COMPETITIVIDADE PARA ADMINISTRAR O FUTURO DAS EMPRESAS

Existem diversas situações que dentro de uma organização podem ser consideradas como estratégicas. É fundamental o entendimento destas para que se possa definir realmente o que é administração estratégica e qual o seu papel para contribuir com a competitividade das organizações.

Na literatura convencional encontramos diversas definições para o termo. Alguns autores como Chandler (1962, p. 13 apud OLIVEIRA, 1999, p. 27), afirmam que estratégia é a determinação de metas básicas em longo prazo e dos objetivos de uma empresa, juntamente com a adoção de linhas de ação e aplicação de recursos para alcançar essas metas.

Já para Andrews (1971, p. 28 apud OLIVEIRA, 1999, p. 27), estratégia é um conjunto de objetivos, finalidades, metas, diretrizes fundamentais e os planos para atingir esses objetivos, postulados de forma a definir em que atividades se encontra a empresa, que tipo de empresa que ela é ou deseja ser.

Biasca (1995) conceitua estratégia como planejamento, fixação de metas e determinação do que se deverá fazer para alcançá-las. Também segundo ele é um esforço em resolver problemas e tomar decisões, sempre pensando no futuro, para traçar ações a fim de chegar ao planejado de forma mais assertiva possível. (BIASCA, 1995, p.105).

Em resumo, ter uma estratégia significa saber quais são os objetivos da empresa, conciliá-los com as metas para saber quais caminhos devem ser seguidos a fim de atingir os resultados projetados, estando atentos aos fatores externos e internos a organização.

A Administração estratégica parte então baseada nos conceitos apresentados anteriormente, que segundo Oliveira (1999), é uma administração do futuro que, de forma estruturada, sistêmica e intuitiva, consolida um conjunto de princípios, normas e funções para alavancar harmoniosamente o processo de planejamento da situação futura desejada da empresa como um todo e seu posterior controle perante os fatores ambientais, bem como a organização e direção dos recursos empresariais de forma otimizada com a realidade ambiental, com a maximização das relações interpessoais. (OLIVEIRA, 1999, p.28).

Seguindo tais conceitos, as empresas ficam em um patamar a cima de seus concorrentes, pois através dos métodos de planejamento e visão de futuro conseguem se antecipar as tendências e até mesmo a possível escassez de recursos provenientes de diversos movimentos que acontecem paralelamente no mundo, como guerras, ataques terroristas e monopólio de matéria prima e preços. Assim a mudança e adaptação de seus processos pode começar gradativamente antes dos demais, que chegando ao ponto de eminente crise ou escassez, o fluxo de caixa não fique comprometido, pois não houve surpresa perante tal situação. Sendo assim, ficam competitivas no período mais crítico, e saem extremamente fortalecidas e alinhadas dos movimentos negativos dos mercados, que podem ser sazonais, ou globais, sem tempo pré-determinado para normalização.

3 METODOLOGIA

A metodologia utilizada neste artigo é de natureza qualitativa, exploratório, estratégia de estudo de três casos, processo de coleta de dados através de análise de referência bibliográfica e a análise, através de análise de discurso do conteúdo levantado.

Para Roesch (2005), a pesquisa qualitativa é apropriada para a avaliação formativa, quando se trata de melhorar a efetividade de um programa, ou plana, ou mesmo quando é o caso da proposição de planos, ou seja, quando se trata de selecionar as metas de um programa e construir uma intervenção, mas não e adequada para avaliar resultados de programas ou



planos. É exploratória, portanto não tem o intuito de obter números como resultados, mas *insights* muitas vezes imprevisíveis que possam indicar o caminho para tomada de decisão correta sobre uma questão-problema.

É uma pesquisa indutiva, isto é, o pesquisador desenvolve conceitos, ideias e entendimentos a partir de padrões encontrados nos dados, ao invés de coletar dados para comprovar teorias, hipóteses e modelos pré-concebidos. Este tipo de pesquisa tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses.

Nesta etapa, foram escolhidas as três empresas inovadoras para sequência dos estudos. Como critérios, foram selecionadas entre as dez empresas mais inovadoras do país, segundo a revista FORBES Brasil.

Embora a economia brasileira não esteja entre as 50 mais inovadoras do mundo, há algumas companhias são inovadoras, que podem ser consideradas de classe mundial. Os investimentos crescentes em pesquisa e desenvolvimento, atenção às tendências e às opiniões dos funcionários e consumidores e com persistência, há exemplos que são inovadores ganharam o mercado externo, e hoje exportam suas criações para dezenas de países. Para chegar a eles, a FORBES Brasil buscou as fontes mais renomadas no assunto e estabeleceu alguns critérios (como ineditismo, eficiência, ética, ruptura acompanhada de sustentabilidade financeira, ética e respeito ao meio-ambiente). Segundo a revista FORBES Brasil (TERZIAN, 2015), partindo do pressuposto acima, as três empresas escolhidas para estudo em termos de inovação, são: Embraer; GranBio; WEG.

O processo de coleta de dados utilizado para este estudo se deu através de informações em bibliografia e internet. Nesta etapa do processo de pesquisa, geralmente é a que requer tempo do pesquisador. Por isso é necessário elaborar um cronograma para execução, e seguir de acordo com o planejado, para assim facilitar o processo seguinte de seleção, codificação e tabulação. (MARCONI; LAKATOS, 1999); Roesch, (2005), diz que um projeto pode combinar técnicas desenvolvidas em um ou outro paradigma. Foi utilizada a técnica de pesquisa bibliográfica. Conforme Raupp e Beuren (2003).

Enquanto que o processo de análise dos resultados consiste em analisar dados com a intenção de verificar a relação existente entre o fenômeno estudado e outros fatores. Para Marconi e Lakatos (1999) no processo de análise dos dados, é feita uma análise detalhada sobre os dados levantados.

4 RESULTADOS OBTIDOS

4.1. BENEFÍCIOS QUE O GOVERNO FEDERAL PODE OFERECER ÀS EMPRESAS NACIONAIS

O governo federal oferece incentivos as organizações que investem em inovação. Conforme informações disponibilizadas no Portal Brasil², o Programa de Incentivos à Inovação Tecnológica (PIT), antigo Programa desenvolvimento Tecnológico Industrial (PDTI), baseado na Lei nº 11.196 (BRASIL, 2005) e no Decreto 5.798 (BRASIL, 2006), que define que a inovação tecnológica é a concepção de novo produto ou processo de fabricação; a agregação de novas funcionalidades ou características ao produto ou processo que implique em melhorias incrementais e efetivo ganho de qualidade ou produtividade, resultando em maior competitividade no mercado, juntamente com a Lei de Inovação, forma a base de incentivo à inovação no Brasil e integram a Estratégia Nacional da Ciência, Tecnologia e Inovação (ENCTI), que valoriza as atividades de inovação tecnológica e melhora a competitividade das

² PORTAL BRASIL. Disponível em: <www.brasil.gov.br>. Acesso em: <3 abr. 2016.



empresas por meio de significativas renúncias fiscais e do “Ciclo Virtuoso da Inovação Tecnológica”. (PORTAL BRASIL, 2014)

A [Lei de Inovação Tecnológica, Lei nº 10.973 \(BRASIL, 2004\)](#), aprovada em 2 de dezembro de 2004 e regulamentada em 11 de outubro de 2005 pelo [Decreto nº 5.563 \(BRASIL, 2005\)](#), está organizada em torno de três eixos:

- a) A constituição de ambiente propício a parcerias estratégicas entre universidades, institutos tecnológicos e empresas;
- b) O estímulo à participação de institutos de ciência e tecnologia no processo de inovação;
- c) O estímulo à inovação na empresa.

Conforme informações da Escola Politécnica da USP, um dos principais benefícios que as empresas possuem ao aderir à lei da inovação é poder abater no imposto de renda, com base no regime de Lucro Real, os dispêndios em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D). Outro fator a considerar é a possibilidade de obter recursos públicos não reembolsáveis para investimentos em P&D. Além da subvenção econômica, a lei estabelece os dispositivos legais para a incubação de empresas no espaço público e a possibilidade de compartilhamento de infraestrutura, equipamentos e recursos humanos, públicos e privados, além de criar regras claras para a participação do pesquisador público nos processos de inovação tecnológica desenvolvidos no setor produtivo. (USP, c2016)

A Lei do Bem (BRASIL, Lei nº 11.196, 2005) é outro mecanismo que veio para incentivar a inovação no Brasil, pois prevê a concessão de incentivos fiscais às pessoas jurídicas que realizem pesquisa e desenvolvimento de inovação tecnológica. De 2006 a 2012, mais de 1200 empresas brasileiras já se beneficiaram do incentivo. Abaixo se podem observar dez motivos que são vantajosos às empresas que se beneficiam da Lei do Bem. São eles:

- a) A diminuição da carga tributária: O impacto da redução da carga tributária é o fator mais relevante para as empresas aproveitarem os incentivos fiscais da Lei do Bem. Para que se possa ter uma ideia, na média, de cada R\$ 100,00 investidos em P&D, R\$ 25,00 são recuperados.
- b) A economia com a dedução de impostos na própria empresa poderá ser reinvestida: Com essa redução no pagamento de impostos é possível que a empresa reforce sua área de pesquisa e desenvolvimento ou outras áreas em que deseja investir. Com mais recursos disponíveis, mais projetos serão beneficiados.
- c) Melhoria contínua dos produtos e serviços ofertados pela empresa: Com mais recursos financeiros disponíveis e projetos para investir, abre-se a possibilidade para que o produto/serviço final possa ser incrementado, melhorado ou ainda que sejam criadas novas ofertas para o mercado.
- d) Maior competitividade no mercado: No ambiente competitivo atual, as empresas que não investirem em P,D&I poderão estagnar no seu crescimento, não evoluindo em qualidade, serviços e/ou produtos. O processo de inovação dentro das organizações é cada vez mais importante e as empresas que não acompanharem este cenário global acabam por ficar num segundo plano. Portanto, a Lei do Bem se torna um importante fator de apoio e melhoria da competitividade das empresas.
- e) Ser considerada uma empresa inovadora pelo MCTI: Como entidade reguladora da Lei do Bem, todas as empresas que a utilizam, são consideradas empresas inovadoras pelo Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação.
- f) Possibilidade de gerar novos empregos para a área de P&D ou engenharia: Os recursos dedutíveis da Lei do Bem poderão ser utilizados para ampliar a equipe responsável por gerar a inovação dentro das empresas. Quanto mais colaboradores capacitados, melhor. Isso ainda pode trazer uma nova vantagem dependendo do número de novos funcionários contratados: Um incremento do benefício fiscal no exercício em que ocorreram essas contratações.



- g) Assenta as bases para o início de um processo de gestão da inovação: O processo de identificação e seleção de projetos elegíveis à Lei do Bem poderá fazer com que a empresa utilize esses conceitos, para uma mudança cultural, iniciando o embrião de um processo de gestão da inovação interna. Desse modo, a empresa irá construir bases sólidas e duradouras para que se “respire” inovação.
- h) Desoneração na aquisição de novos equipamentos destinados à P&D e depreciação acelerada desses bens: Caso a empresa necessite adquirir novos equipamentos destinados à área de Pesquisa & Desenvolvimento, poderá obter até 50% de redução do IPI com a Lei do Bem. Além disso, os equipamentos destinados exclusivamente à área de P&D poderão sofrer depreciação e amortização acelerada, um benefício contábil.
- i) Como empresa inovadora, poderá obter o incentivo fiscal ano após ano: Todos os anos, desde que se cumpram os pré-requisitos para a obtenção dos incentivos fiscais da Lei do Bem, sua empresa poderá obter todas essas vantagens, o que, no médio e longo prazo, poderá trazer um peso ainda maior para sua competitividade no mercado.
- j) Contribuir com o desenvolvimento do país: As empresas que investem na melhoria de seus processos, produtos e serviços estão contribuindo diretamente para o crescimento de seus negócios e, conseqüentemente, para o crescimento do país. Não restam dúvidas sobre isso: Os investimentos privados em inovação e P&D auxiliam o país a se tornar muito mais forte economicamente. (PORTAL LEI DO BEM, 2013).

O secretário de Desenvolvimento Tecnológico e Inovação, Armando Milioni, do Ministério da Ciência e Tecnologia, explica que o número de adesões à Lei do Bem está variando a cada ano, mas vem crescendo sistematicamente por causa de seus benefícios, como a redução de 50% do Imposto sobre Produtos Industrializados – IPI na compra de máquinas, equipamentos, aparelhos e instrumentos, nacionais ou importados, destinados ao uso exclusivo de pesquisa tecnológica e desenvolvimento de inovação tecnológica; adição de até 20% no caso de incremento do número de pesquisadores dedicados exclusivamente a Pesquisa e Desenvolvimento – P&D; e o abatimento de até 60% das despesas operacionais realizadas com P&D do lucro líquido e da base de cálculo da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido – CSLL, com a conseqüente redução do Imposto de Renda a pagar. (RUAS, 2014)

Observa-se que o governo federal, mesmo que em alguns momentos timidamente, vem desprendendo esforços e recursos para que as organizações invistam em inovação, objetivando assim um crescimento econômico forte. A parceria entre a iniciativa privada e o setor público que disponibiliza infraestrutura, equipamentos e recursos humanos torna a indústria nacional mais competitiva.

4.2.PERFIL DAS EMPRESAS QUE PODEM RECEBER BENEFÍCIOS DO GOVERNO FEDERAL EM TERMOS DE INOVAÇÃO

Não são todas as empresas que podem se beneficiar do conjunto de medidas que o governo federal oferece para que se invista em inovação.

Para a utilização de qualquer benefício da Lei do Bem, as empresas devem comprovar sua regularidade fiscal, seja mediante apresentação de Certidão Negativa de Débitos – CND ou de Certidão Positiva de Débito com Efeitos de Negativa – CPD-EM, válida referente aos dois semestres do ano calendário em que fizer uso dos benefícios. Também, para que seja possível usufruir da Lei do Bem, as empresas deverão estar no regime de lucro real, obter lucro fiscal durante o ano de referência e conseguirem comprovar a sua regularidade fiscal com a Receita



Federal. A Lei do Bem conta com uma adesão multissetorial, mas a maior participação vem das empresas dos setores de Mecânica e Transportes, Química, Tecnologia da Informação e Comunicações – TIC, Alimentos e Metalurgia. (RUAS, 2014).

Conforme o site³ do Senado Federal um agravante para o acesso aos benefícios é que a Lei do Bem restringe que apenas empresas de lucro real tenham os benefícios. Isso representa apenas 8% da base industrial. Empresas que têm lucro presumido e lucro simples querem participar dos instrumentos, mas não têm condição. “Uma das propostas no Ministério da Ciência, Tecnologia e Informação – MCTI e na Mobilização Empresarial pela Inovação é ampliar o benefício para outras empresas que querem inovar e têm condições de participar dos editais de subvenção econômica”, explicou o analista de políticas e indústrias Rodrigo de Araújo Teixeira, representante da Confederação Nacional da Indústria nos debates promovidos pelo Senado. (EM DISCUSSÃO, 2012^a).

Conforme o secretário de Desenvolvimento Tecnológico e Inovação, Armando Milioni, do Ministério da Ciência e Tecnologia, apesar do número de adesões à Lei do Bem estar crescendo, um número expressivo de empresas ainda desconhece a legislação. “Muitas empresas não consideram simples o uso da lei devido à complexidade para a contabilização dos gastos em P&D e para reunir informações sobre os projetos dentro da própria empresa. Percebe-se também que as empresas têm receio do que elas intitulam de “insegurança jurídica”, que nada mais é do que a dificuldade para se adequar à legislação, normas e regulamentações”. (EM DISCUSSÃO, 2012^a).

Pode-se então concluir, que a falta de informação e o receio de se adequar as normas e regras para poder então se beneficiar do conjunto de medidas disponibilizado pelo governo federal no que diz respeito a investimentos em inovação, torna a procura pelos benefícios pequena por parte da comunidade empresarial no Brasil. Também é agravante para o acesso aos benefícios é que a Lei do Bem restringe que apenas empresas de lucro real tenham acesso aos benefícios, o que significa apenas 8% da base industrial brasileira.

4.3. DIFICULDADES PARA IMPLANTAÇÃO DE INOVAÇÃO COMO MODELO DE NEGÓCIOS NAS EMPRESAS NACIONAIS

Quando se fala em inovação como modelo de negócios, significa que as organizações estão concentrando seus esforços a fim de gerar novos valores aos produtos já existentes. Procura-se assim então, melhorar o atendimento aos clientes e a qualidade dos produtos oferecidos, para tornar-se referência em seus ramos de atuação ou angariar novos mercados. Mas esse processo muitas das vezes se torna traumático e dificultoso, por diversos fatores presentes quando o assunto é mudança. Atuar em um cenário aonde coisas que eram feitas de forma natural e agora precisam ser reaprendidas torna o ambiente mais resistente. Não é fácil adaptar-se a novos meios ou usar recursos aos quais não se está familiarizado.

Tendo em vista isso, Kanter (1998) se refere ao processo de inovação, que, quando ao implantá-lo, as organizações estejam preparadas para muito conflito, pois a inovação é desordeira. Há constante mudança nas programações. É bem difícil de administrar. Até mesmo empresas com longo histórico de sucesso em inovação são às vezes mal sucedidas. Você precisa entender os ciclos e responder de acordo. É fundamental equilibrar as necessidades de sua criança interior, que precisa de proteção, com o seu lado mais entusiasta. As exigências de liderança são enormes. Você não encontrara as respostas em um manual de procedimentos. (KANTER, 1998, p. 21). A liderança precisa ser atuante e ter pulso para controlar um ambiente que tende a ser adverso, pois a contrariedade das opiniões será o foco das discussões.

³ BRASIL. Senado Federal. Disponível em: <www.senado.gov.br>. Acesso em: 3 abr. 2016.



Segundo o Manual de Oslo (OECD, 1997), a atividade de inovação pode ser obstruída por diversos fatores. Pode haver razões para não se dar início às atividades de inovação, ou fatores que refreiam a atividade de inovação ou que têm um efeito negativo sobre os resultados esperados. Incluem-se fatores econômicos, como os custos altos ou a ausência de demanda, fatores empresariais, como a carência de pessoal qualificado ou de conhecimentos, e fatores legais, como as regulações e as regras tributárias. Como investir em inovação não está ainda na cultura das empresas nacionais, encontrar pessoas capazes de gerir esse processo é um desafio.

Em meados de 1513, quando Nicolau Maquiavel escreveu, o Príncipe, no período Renascentista, expressou-se da seguinte forma ao se referir de que maneira deviam proceder e postar-se para conquistar novos principados: “E deve ser lembrado que não há nada mais difícil de controlar, mais perigoso de conduzir, ou mais incerto de alcançar sucesso do que liderar a introdução de uma nova ordem. Pois o inovador tem como seus inimigos todos aqueles que se davam bem sob as antigas condições, e defensores mornos naqueles que talvez se deem bem sob as novas regras.” Maquiavel parecia estar profetizando o ambiente empresarial atual. (MAQUIAVEL, 2011).

É notório nas organizações, que quando os gestores decidem apostar no novo, as incertezas dos colaboradores afloram, trazendo a tona sua insegurança e medo do desconhecido, reação tipicamente humana. O papel dos líderes desse processo é fundamental para que a organização obtenha êxito nessa árdua jornada, motivando os que estão dispostos a buscar novos conhecimentos e sair da zona de conforto. O comprometimento dos envolvidos, cultura de tolerância ao erro e a persistência devem nortear os dias vindouros.

4.4. DE QUE FORMA A INOVAÇÃO PODE TRAZER MAIOR COMPETITIVIDADE ÀS EMPRESAS ESTUDADAS: WEG, GRANBIO E EMBRAER

4.4.1. Empresa EMBRAER

Uma das peças-chave do modelo de gestão da Embraer é o Programa de Excelência Empresarial Embraer (P3E), por meio do qual toda a Empresa trabalha em conjunto na busca na melhoria contínua dos resultados. O Programa é composto por quatro pilares – Cultura Organizacional, Desenvolvimento de Pessoas, Desenvolvimento da Liderança e Eficiência Empresarial. (EMBRAER, c2016).

Graças a uma cultura interna e a processos fortemente dedicados ao estímulo da inovação, a Embraer é reconhecida como uma Empresa fértil em tecnologias de ponta. A principal ferramenta para isso é o programa Innova, que disponibiliza canais e momentos propícios ao desenvolvimento e à consolidação das ideias inovadoras. (EMBRAER, c2016).

A Embraer possui ainda uma equipe dedicada exclusivamente ao estudo e à viabilização de novas tecnologias e novos processos que possam agregar valor à Empresa. Essa equipe desenvolve, em média, 40 a 50 projetos por ano, baseados em análise periódica das necessidades do mercado e do cenário tecnológico mundial. Num mercado competitivo, fica claro e evidente que reinventar-se diariamente é necessário para continuar prosperando. Os números abaixo demonstram o quanto a Embraer ganha ao investir em inovação. (EMBRAER, c2016).

O estímulo à criatividade dos empregados já é uma prática conhecida na Embraer, como comprova o programa Boa Ideia, com mais de 25 anos de existência e 50.000 ideias implantadas nos últimos 13 anos. Os funcionários podem contribuir com sugestões ligadas à simplificação de processos, redução de custos, segurança ocupacional, ergonomia e meio ambiente. (EMBRAER, c2016).

Para Artur Coutinho (COO da Embraer), "O fundamento principal do programa é dar voz a todos sobre o assunto em que cada um é o melhor especialista, seus próprios processos,



produtos e atividades. Ninguém entende melhor de um trabalho do que aqueles que o executam, e dar a estes a possibilidade de participar da definição da melhor forma de executá-lo é nada mais do que justo. Por tudo e por todos, o sucesso do Programa Boa Ideia é o nosso sucesso. Vamos em frente", finaliza ele. Abaixo, pode-se observar o número de ideias implantadas nos últimos quinze anos e a relação custo/ benefício. (EMBRAER, c2016).

4.4.2. Empresa GranBio

Eleita em 2013 uma das empresas mais inovadoras da América do Sul pela revista americana FastCompany, a GranBio possui um Centro de Pesquisas em Biologia Sintética (BioCelere) e uma Estação Experimental (BioVertis) para desenvolvimento de novas fontes de biomassa. Desde 2013 também tem participação na empresa americana de tecnologias limpas, American Process Inc., API. Na área de bioquímicos, é parceira da Rhodia - empresa do Grupo Solvay - em um projeto mundialmente pioneiro para produção de bio n-butanol, usado na fabricação de tintas e solventes, que deu origem à SGBio. (GRANBIO, c2016).

No manifesto publicado pela organização, é claro que as pessoas da GranBio constroem uma empresa a partir de uma causa comum: inovar para empreender rumo a um mundo melhor, vindo no Brasil um país moderno, talentoso, vibrante e criativo. A GranBio pretende se tornar a mais inovadora empresa desse Brasil do futuro, com um modo arrojado de fazer o novo, de aceitar o risco da inovação que transforma, de inovar para melhor servir seus clientes e antecipar realizações que respeitam o compromisso de legado material para as próximas gerações. (GRANBIO, c2016).

A GranBio pretende ser a escolha de talentos que valorizam o ambiente transparente, leve, criativo, inquieto, inteligente, ético e divertido. Autonomia, bom humor, ousadia e compromisso se complementam em um pacto de ética da responsabilidade e auto-exigência. Na empresa, o que é certo não tem dono e as ideias e aprendizados são compartilhadas com naturalidade. Na GranBio, servir é uma atitude comum e sonhos altos são respeitados como realidades próximas que esperam nossas ações. (GRANBIO, c2016).

A cultura empreendedora da GranBio nasce da crença de que antecipar sonhos dos clientes de forma única gera retornos surpreendentes ao capital do acionista. Acredita-se na liberdade criativa apoiada pela disciplina na superação de resultados tangíveis. Por trás de cada ação criativa, haverá sempre um responsável na GranBio por tornar a iniciativa inovadora e os resultados tangíveis para o cliente, para os acionistas e para a sociedade. A GranBio se representa pela conduta de todos seus integrantes. Na GranBio há apenas um caminho, o reto. Todos assinam um compromisso formal de fazer o certo e o bem. Todos se sentem responsáveis pelas consequências de seus atos. (GRANBIO, c2016).

Na organização, a liderança empresarial é legitimada pelo exemplo. Os líderes da GranBio acreditam que a empresa tem papel decisivo na defesa dos valores sociais e culturais onde está presente. Não é aceito a hierarquia da autoridade imposta, mas a liderança com sentido de causa, que conquista pessoas através do exemplo, da conduta e da causa empresarial, que se torna pessoal na busca de realizar algo significativo da vida. As pessoas que escolhem a GranBio trazem uma rebeldia com causa e uma inquietude vibrantes na busca da autorrealização, de fazer a vida valer. Todos participam e compartilham dos sonhos e das conquistas dos clientes, num jeito apaixonado de trabalhar, quando o possível não é limite. A GranBio quer ser vista como uma empresa onde o futuro é a causa presente, onde as pessoas se realizam e os clientes se sentem parte de um sonho comum. (GRANBIO, c2016).

Visando ser competitiva e buscando inovar sistematicamente, a GranBio inaugurou em 2013 o **BioCelere**, Centro de Pesquisas em Biologia Sintética da empresa. Localizada no complexo do Techno Park, em Campinas, tem foco no melhoramento genético de microrganismos, processamento de biomassa, desenvolvimento de processos de fermentação e



de hidrólise enzimática. A equipe é formada por mais de 20 cientistas, sendo 11 PhDs. (GRANBIO, c2016).

Em um caso raro no setor, o BioCelere atua de forma multidisciplinar, em todas as etapas da cadeia produtiva, desde o campo, com o mapeamento genético da cana-de-açúcar e estudos de sua composição química, até a indústria, com o desenvolvimento de processos para conversão do açúcar celulósico em produtos renováveis. Além de tecnologias próprias, o núcleo científico atua no co-desenvolvimento de tecnologias de parceiros. Funciona também como um radar para identificar e testar as melhores tecnologias de processo industrial de produção de bioquímicos e biocombustíveis disponíveis no mundo, incluindo aquelas que ainda estão em estágio inicial de desenvolvimento, mas que trazem um enorme potencial disruptivo. O Centro conta com o apoio e o financiamento da Finep, a Agência Brasileira de Inovação. (GRANBIO, c2016).

4.4.3. Empresa WEG

A WEG foi uma das empresas ganhadoras do Prêmio “Inovação Brasil” concedido pelo Valor Econômico às empresas mais inovadoras do país. Das 100 empresas listadas no ranking, realizado em parceria com a consultoria Strategy&, do grupo PwC, a WEG, ficou com a segunda posição no segmento de bens de capital e com o sétimo lugar entre as 10 líderes do ranking.

A metodologia de avaliação das empresas participantes da pesquisa considerou como base quatro grandes critérios: intenção de inovar esforço para realizar a inovação, resultados obtidos e avaliação do mercado.

A WEG, nos últimos 10 anos, investiu em média de 2,8% do seu faturamento em pesquisa e desenvolvimento. Dos 30 mil colaboradores da empresa, mais de um mil se dedicam integralmente a inovação. Destes 746 trabalham no Brasil. Em 2015, aproximadamente 50% da receita foi gerada com produtos desenvolvidos em menos de cinco anos. Para o Diretor de Engenharia Milton Castella, a política de estímulo a inovação faz parte da cultura da companhia. “Ao longo do tempo criamos mecanismos para que as ideias fluíssem de uma forma bastante natural, como grupos de trabalhos e comitês internos”, conta. Uma vez por ano centenas de novas ideias para aperfeiçoamento de produtos e processos são apresentados na Empresa, em uma exposição de círculos de controle de qualidade (CCQ), e os melhores trabalhos recebem premiação.

Os investimentos em expansão e modernização da capacidade atingiram R\$ 194,5 milhões no primeiro semestre de 2016, sendo 24% nas unidades no Brasil e 76% no exterior, principalmente nas novas unidades produtoras de motores elétricos no México e China. (WEG, c2016).

5 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A partir do levantamento bibliográfico e da análise de informações das três empresas estudadas: WEG, GranBio e Embraer, foi possível criar recomendações às empresas nacionais quanto ao uso da inovação como modelo de negócios.

O Brasil está enfrentando uma grave recessão econômica, o que inibe investimentos públicos e privados devido à incerteza que paira. Mesmo apesar das dificuldades, é imprescindível que as empresas em parceria com o governo federal, busquem saídas através de aportes em investimentos direcionados a inovação. Para a economista Italiana Marina Mazzucato, o que faz o PIB crescer em longo prazo são os investimentos estrategicamente direcionados em pesquisa e desenvolvimento, capital humano, treinamento e educação, em uma união de esforços dos setores públicos e privados. (GLOBOSAT, 2016)



A Lei do Bem é uma iniciativa do governo federal que veio para incentivar a inovação no Brasil, e quem se enquadra nela tem acesso a benefícios como diminuição da carga tributária, economia com a dedução de impostos, desoneração na aquisição de novos equipamentos destinados à P&D.

Algumas consequências que os que usufruem da Lei do Bem podem ser observadas, tais como: com a redução no pagamento de impostos é possível que a empresa reforce sua área de pesquisa e desenvolvimento ou outras áreas em que deseja investir. A melhoria contínua dos produtos e serviços ofertados pela empresa, pois com mais recursos financeiros disponíveis e projetos para investir, abre-se a possibilidade para que o produto/serviço final possa ser incrementado, melhorado ou ainda que sejam criadas novas ofertas para o mercado. Maior competitividade no mercado, pois no ambiente competitivo atual, a empresas que não investir em inovação poderá estagnar no seu crescimento. Também ao utilizar a Lei do Bem a empresa passa a ser reconhecida como Inovadora pelo Ministério da Inovação e com os recursos dedutíveis da Lei do Bem, os mesmos poderão ser utilizados para ampliar a equipe responsável por gerar a inovação dentro das empresas.

Porém, a falta de informação e o receio de se adequar as normas e regras para poder então se beneficiar do conjunto de medidas disponibilizado pelo governo federal no que diz respeito a investimentos em inovação, torna a procura pelos benefícios pequena por parte da comunidade empresarial no Brasil. Também é agravante para o acesso aos benefícios é que a Lei do Bem restringe que apenas empresas de lucro real tenham acesso aos benefícios, o que significa apenas 8% da base industrial brasileira.

Também é necessário estar preparada para iniciar o processo de inovação, pois haverá muito conflito nas organizações devido a “desordem” dos processos que estão em funcionamento. Portanto, devido as mudanças constantes é necessário astúcia para administrar os conflitos que ali surgirem. Respostas prontas não será a tônica do processo inovativo, a liderança precisa de preparo para enfrentar as situações vindouras.

A partir do momento em que se aposta na mudança, o medo e a incerteza começará a pairar na cabeça dos colaboradores, principalmente nos que são resistentes a mudança. Nessa parte do processo é que os líderes devem atuar com cautela e frieza, pois devem comprometer seus colaboradores com o processo inovativo, torná-los persistentes e aprender a tolerar erros.

Portanto, aqui também pode-se citar o exemplo de Hierão de Saracusa, homem que não esperava a sorte cair do céu, buscava as oportunidades. Hierão aboliu a velha guarda, organizou a nova e seguiu com seu propósito de ser rei. Abandonou antigas parcerias, criou novas, e com essas pessoas pode através dos alicerces ali conquistados, construir qualquer edifício. Da mesma forma que ele teve imenso trabalho em sair da área de conforto para consolidar suas conquistas, teve pouco trabalho para mantê-las. Assim, o inovador que usará de suas próprias “forças” raramente falhará. (MAQUIAVEL, 2011).

Nos casos analisados neste trabalho apesar das empresas atuarem em áreas diferentes, trazem muitas lições dos benefícios que a organização que investe massivamente em inovação incorpora a sua marca, pois pelo fato de o mercado associar a mesma com o sinônimo de inovação, acaba atraindo investimentos externos, podendo assim prospectar mercados novos e ser sempre líder em seu ramo de atuação. Outro fator que é consequência da cultura inovadora, e estar sempre próximo aos clientes, buscando sempre satisfazer suas necessidades. Essa proximidade torna a empresa visível aos olhos do mercado, pois estará sempre antecipando tendências.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se a partir da realização deste estudo com as empresas Embraer, GranBio e WEG, a onde o problema proposto foi “como a inovação traz maior competitividade as



organizações nacionais”, que de fato ambos os termos são indissociáveis. Nos casos estudados pode-se perceber que os movimentos em direção a tal processo através de investimentos constantes, persistência, e disseminação do espírito inovador entre os colaboradores, são pilares para a sustentação da liderança em seus respectivos ramos de atuação devido ao aumento da competitividade, para a captação de capital externo e para a visibilidade da empresa em nível global.

Para a empresa GranBio, foi possível concluir que inovar é um recurso para empreender e transformar a forma de obter lucro. Para tal, e visando maior projeção de mercado, a empresa mantém uma equipe de vinte cientistas focados no melhoramento de seus processos, que desenvolvem tecnologias próprias, possibilitando assim a empresa atuar em toda sua cadeia produtiva. Também foi possível identificar a ação dos cientistas em busca de tecnologias atuais, mesmo em estágio inicial de desenvolvimento, desde que tenham potencial disruptivo.

No caso da empresa WEG foi notória a contribuição que os avanços tecnológicos trouxeram a companhia. Na última década, foram investidos 28% do faturamento em pesquisa e desenvolvimento, com mais de mil pessoas dedicadas integralmente. Os resultados apontam que ao analisar o ano de 2015, 50% da receita foi oriunda de produtos inovadores desenvolvidos nos últimos cinco anos.

No transcorrer do trabalho pode-se observar que ao buscar a resposta referente ao tema do presente estudo, foi encontrado um fato em comum que perdura por mais de quinhentos anos, que são as origens das dificuldades em ter inovação como modelo de negócio nas organizações. Os empecilhos são: culturais, comportamentais e o estado de constância dos indivíduos, ou seja, por eles estarem tranquilos em relação a qualidade do trabalho desempenhado, devido a sua imutabilidade. Tais fatores também foram relatados no período Renacentista em 1513, quando Maquiavel liderou a introdução de novas ordens.

Após consolidado o processo de inovação, as organizações, ao fazerem uma análise crítica sobre o caminho percorrido desde o início até o processo final onde irá questionar-se quais foram às dificuldades relevantes. Ao analisar pelos resultados deste estudo, encontrarão seu principal empecilho nas questões que dependem da mudança de atitudes das pessoas. O autor sugere um enfoque futuro na questão da análise do comportamento humano quando se trata em tirar as pessoas do estado de imutabilidade dentro da organização. Procurar apontar saídas para que as empresas identifiquem o perfil desses profissionais ainda nos processos de seleção, bem como possa também perceber dentro de seu quadro atual de colaboradores quais possuem ímpeto inovador, para então assim agilizar e facilitar a introdução de mudanças que implicam em impacto nos processos atuais.

REFERÊNCIAS

- BRASIL. Decreto nº 5.563, de 11 de outubro de 2005. Regulamenta a Lei no 10.973, de 2 de dezembro de 2004, que dispõe sobre incentivos à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo, e dá outras providências. In: SENADO FEDERAL. **Legislação Republicana Brasileira**. Brasília, 2005. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/decreto/d5563.htm>. Acesso em: 3 abr. 2016.
- BRASIL. Decreto nº 5.798, de 7 de junho de 2006. Regulamenta os incentivos fiscais às atividades de pesquisa tecnológica e desenvolvimento de inovação tecnológica, de que tratam os arts. 17 a 26 da Lei no 11.196, de 21 de novembro de 2005. In: SENADO FEDERAL. **Legislação Republicana Brasileira**. Brasília, 2005. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/decreto/d5798.htm>. Acesso em: 3 abr. 2016.



BRASIL. Lei nº 11.196, de 21 de novembro de 2005. Institui o Regime Especial de Tributação para a Plataforma de Exportação de Serviços de Tecnologia da Informação - REPES, o Regime Especial de Aquisição de Bens de Capital para Empresas Exportadoras - RECAP e o Programa de Inclusão Digital; dispõe sobre incentivos fiscais para a inovação tecnológica e dá outras providências. In: SENADO FEDERAL. **Legislação Republicana Brasileira**. Brasília, 2005. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/lei/L11196compilado.htm>. Acesso em: 1 abr. 2016.

BRASIL. Lei nº 10.973, de 2 de dezembro de 2004. Dispõe sobre incentivos à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo e dá outras providências. In: SENADO FEDERAL. **Legislação Republicana Brasileira**. Brasília, 2004. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/lei/110.973.htm>. Acesso em: 3 abr. 2016.

EM DISCUSSÃO. A Lei do Bem (Lei nº 11.196, de 2005). Em Discussão: **Revista de Audiência Públicas do Senado Federal**, Cidade, ano 3, n. 12, 2012a. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br/NOTICIAS/JORNAL/EMDISCUSSAO/inovacao/legislacao-do-brasil-para-apoio-e-investimentos-para-empresas-no-setor-de-pesquisa-ciencia-tecnologia-e-inovacao-a-lei-do-bem-lei-n-11-196-de-2005.aspx>>. Acesso em: 3 abr. 2016.

EM DISCUSSÃO. Situação da educação, do investimento em pesquisa e da participação da indústria deixam Brasil longe de líderes mundiais em inovação tecnológica. Em Discussão: **Revista de Audiência Públicas do Senado Federal**, Cidade, ano 3, n. 12, 2012b. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br/noticias/Jornal/emdiscussao/inovacao/inovacao-tecnologica-no-mundo-brasil/situacao-da-educacao-do-investimento-em-pesquisa-e-da-participacao-da-industria-deixam-brasil-longo-de-lideres-mundiais-em-inovacao-tecnologica.aspx>>. Acesso em: 13 mar. 2016.

EMBRAER. c2016. Disponível em: <<http://www.embraer.com.br>>. Acesso em: 22 mai. 2016.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2010

_____. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

_____. **Métodos e técnicas de pesquisa social: como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GOLLO, S. S.; CASTRO, A. W. V. **O processo de inovação e de estratégias de cooperação competitiva para a obtenção da indicação de procedência Vale dos Vinhedos: o caso da vinícola Cordelier**. - Serra Gaúcha/ Rs/Brasil, 2006.

GRANBIO. c2016. Disponível em: <<http://www.GranBio.com.br>>. Acesso em: 28 mai. 2016.

KANTER, Moss Rosabet. **Inovação pensamento inovador na 3M, DuPont, GE, Pfizer e Rubbermaid acesso instantâneo às estratégias de ponta da atualidade**. São Paulo: Negócio, 1998.

MAPA. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Agronegócio Brasileiro: Uma Oportunidade de Investimentos**. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/portal/>>. Acesso em: 17 JUN. 2016.



MAQUIAVEL, Nicolau. **O príncipe**. [The prince (inglês)]. Tradução de Dominique Makins. São Paulo: Hunter Books, 2011.

MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MARTINS, T.; GUINDANI, R. **Estratégia e Competitividade**. 1 ed. Curitiba: Editora Intersaberes, 2013.

NATÁRIO, Maria Manuela dos Santos. **Inovação, competitividade e demografia empresarial: o caso da raia Central Ibérica**. Universidade de Évora, 2004. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10174/11294>>. Acesso em: dia mês ano.

OECD – ORGANIZAÇÃO PARA COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO. **Manual de OSLO**: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. Flávia Gouveia. 3ª Ed. 1997.

PORTAL BRASIL. **Ministério apresenta nome das empresas analisadas na Lei do Bem**. Brasília, 22 out. 2014. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/ciencia-e-tecnologia/2014/10/ministerio-apresenta-nome-das-empresas-analisadas-na-lei-do-bem>>. Acesso em: 03 abr. 2016.

PORTAL DA INDÚSTRIA. **Fatores da competitividade**. Disponível em: <<http://www.portaldaindustria.com.br/cni/o-que-a-cni-faz/fatores-da-competitividade>>. Acesso em: 10 abr. 2016.

PORTAL LEI DO BEM. **10 motivos para sua empresa se beneficiar da Lei do Bem**. 26 ago. 2013. Disponível em: <<http://www.leidobem.com/10-motivos-para-sua-empresa-se-beneficiar-da-lei-do-bem>>. Acesso em: 01 abr. 2016.

PORTER, Michael E. **Estratégia competitiva**: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. 5.ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999

RAUPP, F. M.; BEUREN, I. M. Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais. In: BEUREN, I. M. (Org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade**: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2003.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio do curso de administração**: guia para pesquisas, projetos, estágios e trabalhos de conclusão de curso. São Paulo: Atlas. 1996.

_____. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. 3ª. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

RUAS, Danielle. **Empresas brasileiras desconhecem a Lei do Bem**. 25 nov. 2014. Disponível em: <<http://inventta.net/radar-inovacao/noticias/empresas-brasileiras-desconhecem-a-lei-do-bem/>>. Acesso em: 01 abr. 2016.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. 2. ed. - São Paulo: Nova Cultural, 1985.

SERAFIM, Luiz. **O poder da inovação**: como alavancar a inovação na sua empresa. São Paulo: Saraiva, 2011.



TERZIAN, Françoise. **10 empresas mais inovadoras do Brasil em 2015**. Forbes Brasil, 7 set. 2015. Disponível em: <<http://www.forbes.com.br/listas/2015/09/10-empresas-mais-inovadoras-do-brasil-em-2015>>. Acesso em: 15 mai. 2016.

TIDD, Joe; BESSANT, John; PAVITT, K. **Gestão da inovação**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

WEG. c2016. Disponível em: <http://www.WEG.net.br>>. Acesso em: 30 mai. 2016.