

ENTREVISTA

Graduado em Psicologia (UNIMARCO) e Economia (FSA). Pós-graduado em Conhecimento, Tecnologia e Inovação MBA (FIA-USP) e módulo internacional na Universidade de Bentley, Waltham, Massachusetts. Profissional de Tecnologia da Informação há 22 anos atuando nas empresas: VCP, Andersen Consulting, Siemens, IBM, ADP Systems, Elancers Corporate. Diretor de Tecnologia e Inovação da AMT Soluções e Cammaleon Sistemas. Renato Mosca é o entrevistado deste número.

1) O que é inovação?

Não existe uma resposta precisa e tampouco aceita globalmente sobre esta questão. Geralmente, cada autor apresenta sua definição e justificativas. Vejamos algumas definições:

- “Um processo de transformar oportunidades em novas ideias e colocá-las em amplo uso prático” (Tidd et al., 1997, citado por, Dacorso & Yu, 2002¹);
- “Uma ideia, método ou objeto que é percebido como novo por um indivíduo ou unidade de adoção” (Rogers, 1995, citado por, Dacorso & Yu, 2002);
- “Um processo que começa com uma invenção, prossegue com o desenvolvimento da invenção e resulta na introdução no mercado de um novo produto, processo ou serviço” (Small Business Administration – SBA, 1998, citado por, Dacorso & Yu, 2002);
- “Um processo de geração de novas ideias para suas fontes e tomada de decisões sobre essas ideias, resultando em alguma coisa útil” (Kamm, 1987, Dacorso & Yu, 2002);

Como percebemos, destacam-se nestas definições, pontos comuns com uma boa dose de importância: ideia - processo - produto. Então, temos que a inovação é percebida como um processo de criação e/ou desenvolvimento de uma ideia, objetivando a introdução de um novo produto e/ou serviço no mercado ou até mesmo na alteração de um processo produtivo já estabelecido.

2) Há inovação no Brasil?

Sim, e há muito tempo! Mas é importante destacar e compreender as distinções entre Ciência e Tecnologia. Segundo Plonsky (2009)², fazer Ciência requer método e gera descobertas. Já

¹ Dacorso, A.L.R. & Yu, A.S.O. 2002. Inovação e risco na pequena empresa. In: Sbragiar, R. & Stale, E. Tecnologia e Inovação: Experiências de Gestão na micro e pequena empresa. PGT/USP, São Paulo. pp.217-236.



fazer Tecnologia usa muitos conhecimentos – explícitos e tácitos, gerando invenções. Vejamos as evoluções ocorridas na agenda pública brasileira, numa rápida linha do tempo:

1916 - Academia Brasileira de Ciências

1948 - Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC)

1985 - Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT)

I Conferencia Nacional de Ciência e Tecnologia

2001 - II Conferência Nacional de Ciência e Tecnologia e Inovação

2002 - “Ano da Inovação”, “Dia da Inovação”

2004 - Lei 10.973 (da inovação)

Inovação tem a ver com Processo – transformação de conhecimentos em riqueza, bem estar e poder. E também com Resultado – ideias implementadas pela primeira vez produzindo efeitos significativos.

3) Em quais setores ela se manifesta mais?

Temos diversos exemplos e diferentes áreas tecnológicas. Às vezes, a inovação fica marcada na memória da população por conta da extensa divulgação na mídia. Por exemplo, nosso sistema de votação eletrônica, elogiado no mundo todo. Outras vezes, embora a inovação seja extremamente competitiva e diferenciada, sequer é mencionada nestes canais, como por exemplo, composições químicas usadas em remédios, ou até mesmo inovações relacionadas a tecnologia mineral. Diante da grande variedade de setores empresariais representativos, tomaremos como base o portal da inovação do Ministério da Ciência e Tecnologia no tocante ao tipo de demanda, ou seja, o que as empresas estão buscando: Infra-estrutura, Produtos, Processos, Tecnologia industrial básica, Serviços e soluções, Planejamento e Gestão, Difusão tecnológica e Substituição de Importação. Também temos as áreas estratégicas, como Biotecnologia e Nanotecnologia, Biocombustíveis, Energias renováveis, Agronegócio, Meteorologia e Mudanças climáticas, Programa espacial, Programa nuclear, Defesa Nacional e Segurança Pública.

4) Em que tipo de ambiente organizacional a inovação ocorre e por quê? Há alguma ligação entre *empowerment* e ambientes inovativos?

² Plonski, G.A. 2009. Transparências da disciplina Sistema Nacional da Inovação – MBA Conhecimento, Tecnologia e Inovação. FIA/USP, São Paulo.

É fato que existem solos mais ou menos férteis para o surgimento da inovação. E isto não está associado diretamente ao segmento de negócio das empresas, nem tampouco ao tamanho, mas sim pela postura destas. Uma empresa que decide estrategicamente incorporar a inovação em seu negócio, irá vivenciar toda a gama de problemas que envolve ser “ponta de lança”, ou seja, estar sempre à frente de seus concorrentes, investindo sempre em pesquisa, tecnologias e afins. Não é fácil, mas também não é impossível, haja vista, que uma boa ideia, pode surgir dentro de uma complexa estrutura organizacional, como também pode surgir num pequeno negócio. Tudo vai depender do posicionamento e da direção que cada uma deseja atingir e é claro, da criatividade presente.

Esta analogia entre *empowerment* x ambientes inovativos é curiosa e reflete um pouco do senso comum de como o assunto inovação é tratado. Muitas vezes o conceito de inovação recebe tantos atributos tecnológicos que acaba deixando uma imagem de algo muito complexo e acessível apenas aos cientistas mais renomados. É claro que eles existem, mas não são os únicos que produzem inovação. Outra característica presente no imaginário das pessoas está associada ao fato que os ambientes onde ocorrem inovações são extremamente especiais e diferenciados. Outro engano, pois toda gama de inovação requer muita transpiração, metodologia e participação administrativa intensa, após o momento do *insight* da ideia.

5) Erro e inovação são ingredientes de um mesmo prato? Por quê?

Com certeza eu mudaria a palavra erro por risco. O risco deve ser um dos elementos a ser considerado em processos ligados a inovação e ele é classificado como: grau de incerteza. Estas incertezas podem ser originadas em três campos distintos: negócio, mercado e técnica. Segundo Darcoso & Yu, “a incerteza geral do negócio aplica-se a todas as decisões relacionadas ao futuro e que podem ser influenciadas pelas variáveis do ambiente, tais como a política, a economia, os aspectos legais e outros. As outras duas incertezas referem-se ao desempenho do produto e à aceitação deste no mercado” (2002, p.223-4).

6) Qual a recomendação para os Administradores que querem fomentar a inovação em suas organizações?

Penso que não existe uma fórmula, nem tampouco teria a ousadia de finalizar este assunto com um manual de regras. Vejo que a decisão no fomento a inovação demanda sim um procedimento organizado e estruturado. Tudo nasce no nível de informação que a empresa dispõe, ou seja, é necessário um bom investimento de tempo na criação de uma base de



conhecimento sobre o assunto. Depois é necessária uma avaliação criteriosa dos riscos envolvidos, bem como a identificação da tolerância da empresa aos riscos identificados. Vale também investir na identificação do momento tecnológico da empresa e de suas possíveis defasagens. Olhar para o mercado e avaliar a competição também é fundamental. Conhecer as políticas de incentivo: Setoriais (MCT), linhas de crédito (BNDES, BB, CEF, BNB, BASA), Política tarifária (MDIC, CAMEX), Política Tributária (MF, Congresso Nacional) e as regulações atuais como Propriedade Intelectual (MDIC, INPI), Agências Setoriais (ANP, ANEEL, ANATEL, ANVISA, ANTT, ANA, ANAC, ANTAQ).

