

# CONCEITOS

sobre

## Empreendedorismo & Inovação



Autores:

Ademir Bandeira Silva, Cirleide Pereira dos Santos  
Danilo Oliveira Machado, Maurício Cordenonzi e Gilson Pôrto Jr.

Diagramação: Ademir Bandeira Silva

Ilustração: Ademir Bandeira Silva

Arte de capa: Ademir Bandeira Silva

Revisão de conteúdo: Ademir Bandeira Silva, Cirleide Pereira dos Santos, Danilo Oliveira Machado, Maurício Cordenzi e Gilson Pôrto Jr.

Revisão linguística: Gilson Pôrto Jr.

O padrão ortográfico e o sistema de citações e referências bibliográficas são prerrogativas dos autores. Da mesma forma, o conteúdo é de inteira e exclusiva responsabilidade dos autores.

Todos os livros publicados pelo Selo OPAJE/EdUFT estão sob os direitos da Creative Commons 4.0 [https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pt\\_BR](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pt_BR)



Dados internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

SILVA, Ademir Bandeira; SANTOS, Cirleide Pereira dos; MACHADO, Danilo Oliveira; CORDENONZI, Maurício; PORTO JUNIOR, Francisco Gilson Rebouças. Conceitos Sobre Empreendedorismo e Inovação/Ademir Bandeira Silva, Cirleide Pereira dos Santos, Danilo Oliveira Machado, Maurício Cordenonzi e Francisco Gilson Rebouças Porto Junior – Palmas, TO: Editora EdUFT, 2021.

21 p.

ISBN n° 978-65-89119-76-0

1. Inovação. 2. Formação. 3. Educação. 4. Políticas Públicas. I. Título. II. Série.

CDD-371

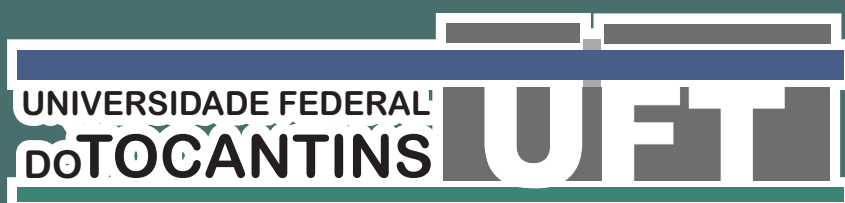
Índice para catálogo sistemático:

1.Educação 371



**PROFNIT**

Mestrado em Propriedade Intelectual  
e Transferência de Tecnologia para a Inovação



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS**

<b>REITOR</b> Prof. Dr. Luís Eduardo Bovolato	<b>Pró-Reitor de Graduação</b> Prof. Dr. Eduardo Cezari
<b>VICE-REITORA</b> Profa. Dr <sup>a</sup> . Ana Lúcia de Medeiros	<b>Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação</b> Prof. Dr. Raphael Sanzio Pimenta
	<b>Pró-Reitor de Extensão e Cultura</b> Profa. Dra. Maria Santana
	<b>Núcleo de Pesquisa e Extensão Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino (OPAJE-UFT)</b>  Dr. Francisco Gilson Rebouças Pôrto Junior Dr. João Nunes da Silva Dr. José Lauro Martins Dr. Nelson Russo de Moraes Dr. Rodrigo Barbosa e Silva Dra. Suzana Gigliolli Nunes

**EDITORA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS  
CONSELHO EDITORIAL**

<b>PRESIDENTE</b> Prof. Dr. Francisco Gilson Rebouças Pôrto Junior	<b>Membros por área:</b> Liliam Deisy Ghizoni Eder Ahmad Charaf Eddine <b>(Ciências Biológicas e da Saúde)</b>  João Nunes da Silva Ana Roseli Paes dos Santos Lidianne Salvatierra Wilson Rogério dos Santos <b>(Interdisciplinar)</b>  Alexandre Tadeu Rossini da Silva Maxwell Diógenes Bandeira de Melo <b>(Engenharias, Ciências Exatas e da Terra)</b>  Francisco Gilson Rebouças Porto Junior Thays Assunção Reis Vinicius Pinheiro Marques <b>(Ciências Sociais Aplicadas)</b>  Marcos Alexandre de Melo Santiago Tiago Groh de Mello Cesar William Douglas Guilherme Gustavo Cunha Araújo <b>(Ciências Humanas, Letras e Artes)</b>
--	--

**SELO EDITORIAL OPAJE/EdUFT  
CONSELHO EDITORIAL**

**PRESIDENTE**  
**Prof. Dr. José Lauro Martins**

**Prof. Dr. João Nunes da Silva**  
Universidade Federal do Tocantins (UFT), Brasil

**Prof. Dr. Luis Carlos Martins de Almeida Mota**  
Instituto Politécnico de Coimbra, Portugal

**Prof. Dr. Nelson Russo de Moraes**  
Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”  
(UNESP), Brasil

**Prof. Dr. Rodrigo Barbosa e Silva**  
Universidade do Tocantins (UNITINS), Brasil

**Prof. Dr. Rogério Christofoleti**  
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Brasil

**Profa. Dra. Maria Luiza Cardinale Baptista**  
Universidade de Caxias do Sul; Universidade Federal do  
Amazonas, Brasil

**Profa Dra. Thais de mendonça Jorge**  
Universidade de Brasília (UnB), Brasil

**Prof. Dr. Fagno da Silva Soares**  
Clio & MNEMÓSINE Centro de Estudos e Pesquisa em História  
Oral e Memória – Instituto Federal do Maranhão (IFMA), Brasil

**Prof. Dr. Luiz Francisco Munaro**  
Universidade Federal de Roraima (UFRR), Brasil

**Prof. Dr. José Manuel Pelóez**  
Universidade do Minho, Portugal

**Prof. Dr. Geraldo da Silva Gomes**  
Centro de Estudos e Aperfeiçoamento Funcional do Ministério  
Público do Tocantins, CESAFA/Ministério Público, Brasil



## Sumário

<b>O Tutor</b> .....	<b>06</b>
<b>Apresentação</b> .....	<b>07</b>
<b>Empreendedorismo</b> .....	<b>08</b>
<b>O papel do empreendedor</b> .....	<b>08</b>
<b>O planejamento</b> .....	<b>08</b>
<b>O empreendedor como candidato a empresário</b> .....	<b>08</b>
<b>Empreendedor e empresário</b> .....	<b>09</b>
<b>Fontes de informações para o planejamento do empreendedorismo</b> .....	<b>10</b>
<b>Empreendedorismo e inovação</b> .....	<b>10</b>
<b>Como empreendedorismo e inovação caminham juntos?</b> .....	<b>10</b>
<b>Contextualização do manual de OSLO</b> .....	<b>11</b>
<b>Orientações gerais sobre inovação</b> .....	<b>11</b>
<b>Você sabe o que é inovação?</b> .....	<b>12</b>
<b>Quais são os tipos de inovação?</b> .....	<b>12</b>
<b>Organograma dos tipos de inovação</b> .....	<b>13</b>
<b>Inovações de marketing</b> .....	<b>13</b>
<b>Inovações de processos</b> .....	<b>14</b>
<b>Inovações organizacionais</b> .....	<b>14</b>
<b>Exemplos de inovações</b> .....	<b>16</b>
<b>O que torna uma empresa inovadora?</b> .....	<b>16</b>
<b>Entendendo o que é inovação fechada e aberta</b> .....	<b>16</b>
<b>O que inovação fechada?</b> .....	<b>16</b>
<b>O que inovação aberta?</b> .....	<b>16</b>
<b>Grau de novidade e difusão das inovações</b> .....	<b>17</b>
<b>Porque as empresas inovam?</b> .....	<b>17</b>
<b>O que é inovação radical ou disruptiva?</b> .....	<b>18</b>
<b>O que é inovação incremental?</b> .....	<b>19</b>
<b>Considerações finais</b> .....	<b>20</b>
<b>Referências</b> .....	<b>20</b>

Oi, meu nome é Pedro Silva. Vou acompanhar você na leitura dessa cartilha. Vamos falar de dois assuntos bastante interessante, certo! Para início de nossa conversa, gostaria de perguntar: você já ouviu falar sobre Empreendedorismo e Inovação? Certamente que sim, mas se ainda não, nossa conversa vai ser sobre esses dois temas. Há! se já conhece, fica com a gente, tenho certeza que a nossa conversa vai render muita informação nova!



## **Apresentação**

Diante dos desafios para iniciar uma atividade empresarial é preciso ter clareza das atividades que serão desenvolvidas. Com um bom planejamento, as possibilidades de sucesso são bem maiores. Esta cartilha tem como objetivo explicar alguns conceitos básicos referentes ao empreendedorismo e à inovação. Empresas que trabalham com uma gestão estratégica de inovação, e até mesmo a legislação brasileira sobre o tema, foram escritas tendo como base o Manual de Oslo, o qual serve como diretriz para esse trabalho. Com o crescente fenômeno da competitividade no mercado global empresas buscam meios inovadores para tornarem seus produtos e serviços competitivos e atrair cada vez mais o consumidor mas, para isso, precisam estar preparadas para os desafios e mudanças impostos pelo mercado altamente competitivo.

Empreender, segundo o Dicionário Aurélio é “Tentar uma travessia arriscada”. Em 2020 a crise em que o país vive com a pandemia do coronavírus é vista por todos empresários como uma ameaça ao seu negócio, mas pode ser vista por outros como uma oportunidade de sobressair e desenvolver novos caminhos.

É nessa fase que a inovação pode contribuir e ser um divisor de águas para os negócios. A competitividade é grande, e as empresas que conseguem ser mais ágeis, sairão fortalecidas.

Empreender e inovar não se restringe apenas a criação e lançamento de produtos ou serviços novos, mas também criar uma cultura de inovação em todos os envolvidos com a empresa, independente do porte da organização. Inovar exige um processo de gestão estratégico, com metas e objetivos bem definidos, bem como criatividade e habilidade para fazer coisas diferentes. Ressalta-se também que a inovação pode ocorrer em qualquer setor da economia como serviços governamentais, saúde, educação, no entanto, este trabalho se atém apenas às inovações voltadas para o ramo de empresas comerciais e ao setor de serviços.

Expediente

Prof. Dr. Francisco Gilson Rebouças P. Júnior  
(PROFNIT-UFT/OPAJE-UFT)

Prof. Dr. Kleber Abreu Sousa (PROFNIT - UFT)

Discentes:

Ademir Bandeira Silva, Cirleide Pereira dos Santos;  
Danilo Sobrenome Sobrenome, Maurício Cordenonzi



## Empreendedorismo

O mundo está dividido em dois grandes grupos: os que fazem as coisas acontecerem e os que esperam essas coisas acontecerem. Os empreendedores estão no primeiro grupo. Imagine um negócio ou um país sem eles. Eles são pessoas ativas e arrojadas, são seres realizadores. Esperar, definitivamente, não é com eles.

### O papel do empreendedor

Na definição de empreendedorismo, ter uma visão não é sonhar e, sim, visualizar de forma clara o que almeja para o futuro. A partir dessa visão, o empreendedor age para torná-la realidade. Ele não atribui seu sucesso ou fracasso às causas externas como: crises econômicas, concorrentes, governos, incentivos financeiros, etc.

### O planejamento

O empreendedor não age sem planejar seus passos. De posse do planejamento, constantemente monitora, avalia os resultados obtidos e, se necessário, introduz mudanças no plano para que possa alcançar o objetivo desejado.

Todas as ações do empreendedor no presente acontecem em função de um futuro desejado o qual precisa estar o tempo inteiro planejando e monitorando sua empresa. Para alcançar objetivos individuais e coletivos, o empreendedor deve acreditar na sua capacidade de inspirar e estimular colaboradores e todos que estiverem ao seu redor.

### O empreendedor como candidato a empresário

Ter o seu próprio negócio já passou em algum momento pela cabeça de muitos brasileiros, porém, a maioria desconhece que: tempo, dedicação, capacidade de lidar com riscos, planejar, conhecer o mercado, são pontos fundamentais para obter sucesso. Um indivíduo com dificuldade de inserção no mercado de trabalho, que abre uma firma por necessidade e não por enxergar uma oportunidade de negócio, tem alta probabilidade de ser mal sucedido. Saber se têm condições financeiras, é outro fator determinante.







## Empreendedor e empresário

Agora vamos falar sobre o empreendedor e o empresário. Existe alguma diferença entre estes dois perfis? Sim, existe! O empresário é aquele que desempenha, de forma profissional, atividade econômica que tem por objetivo a fabricação de produtos e/ou a oferta de serviços, e, através desses, gerar lucro. Já, o empreendedor, de acordo com Schumpeter (ANO?, Página?), é "aquele capaz de visualizar uma realização futura e, por meio de seu trabalho e recursos, combinado ao trabalho e recursos de terceiros, torná-la realidade", ou seja, ele é aquele que inicia algo novo, que vê o que ninguém vê. Por fim, é aquele que realiza antes, que sai da área do sonho, do desejo, e parte para a ação. Sobre este conceito devemos entender que: empreender é pensar e agir para realizar sonhos, atingir metas, conquistar objetivos, tomando decisões de forma planejada e correndo riscos calculados. Iniciar um negócio sem planejar e sem prever os riscos não é uma característica do empreendedor.

João Pedro e Mariana ao iniciar seu empreendimento buscaram a ajuda de um contador, estudaram o mercado no qual estavam adentrando, viram a importância do marketing para seu negócio, puderam projetar suas vendas e conheceram o necessário da área de finanças, como os conceitos básicos e os cálculos essenciais para uma boa administração do empreendimento. Eles puderam visualizar a realização futura do seu negócio e, através de seus esforços, estão tornando realidade. Planejar, pensar, agir, aproveitar as boas oportunidades e buscar conhecimento. Estas são ações importantes que o casal e qualquer outro empreendedor deverá sempre colocar em prática, pois empreender é uma questão de "fazer acontecer", de ter atitude!

## **Fontes de informações para o planejamento do empreendimento**

Para planejar o empreendimento é preciso buscar informações sobre o tamanho do mercado escolhido, seus concorrentes, fornecedores, entre outras. Elas auxiliarão o empreendedor, futuro empresário, a planejar seus gastos, investimentos e compreender o tempo necessário para atingir seu ponto de equilíbrio, etapa a partir da qual o empreendimento passa a ser lucrativo. Segue alguns tipos de informações importantes:

Tipo de informações:

- Informações gerais sobre o mercado escolhido;
- Informações sobre fornecedores;
- Informações tecnológicas, equipamentos, processos produtivos, normas técnicas, marcas e patentes;
- Informações fiscais, tributárias e de legalização de empresa.

## **Empreendedorismo e inovação**

O uso de inovações tem se tornado cada vez mais frequente na vida competitiva das empresas e das economias no seu todo. Enquanto no passado os processos tecnológicos empregados pelas empresas se mantinham razoavelmente estáveis durante décadas e os produtos tinham ciclos de vida longos, na atualidade verifica-se um encurtamento significativo dos ciclos imposto pelas tecnologias. Cada vez mais as empresas, para se manterem competitivas, têm de seguir práticas de inovação como modo de vida e não como a exceção da sua atividade ao longo dos anos.

## **Como empreendedorismo e inovação caminham juntos?**

Investir em projetos de sucesso e que realmente farão diferença para a sociedade, deve ser o objetivo de toda pessoa que deseja empreender. A palavra que une os dois termos é oportunidade. Um empreendedor de sucesso deve buscar formas de inovar, de criar novas soluções e transformar a área que está investindo. É fundamental analisar as oportunidades que o mercado oferece, tanto em dores que ainda não foram atendidas completamente, quanto em tecnologias que podem ser agrupadas para a criação de uma solução eficiente. Ou seja, as oportunidades. Podemos dizer que empreendedorismo e inovação caminham juntos no sentido de representarem os dois pilares para a criação de um novo negócio e para a sobrevivência de empresas que já estão no mercado.

## Contextualização do manual de Oslo

O Manual de OSLO é parte de um conjunto de publicações da Organização para a Cooperação Econômica e Desenvolvimento - OCDE denominado “Família Frascati”. Ele tem como objetivo orientar e padronizar conceitos e metodologias para Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) em países industrializados e tem sido uma das principais referências para as atividades relacionadas à inovação na indústria e legislação brasileira.



1992 – Versão inicial - A necessidade de instrumentos de medição da inovação, levaram ao surgimento da 1ª Edição do Manual de Oslo, centrado na inovação tecnológica de produto e processo (TPP);

1997 – 2ª edição – Expandiu o tratamento para o setor de serviços;

2005 – 3ª edição – O escopo do que é considerado uma inovação foi expandido para o setor de inovação em marketing e inovação organizacional, dando ênfase no papel da interação com outras empresas e instituições no processo de inovação. Todos os setores são possíveis de análise através do Manual de Oslo.

Quanto ao grau de novidade, vale ressaltar que a primeira implementação de uma nova tecnologia em uma fábrica, por exemplo, pertencentes a uma mesma empresa é contada como inovação, mas a implementação da mesma tecnologia nas demais fábricas (filial) dessa mesma empresa não é considerada como inovação.

## Orientações gerais sobre inovação

Nesta parte da cartilha serão abordadas noções gerais sobre inovação. Nas palavras de Mcadan et al. (2000) inovação é a utilização da habilidade criativa dos indivíduos e da equipe de trabalho em respostas às mudanças, fazendo coisas diferentes ou melhores em relação a produtos, processos ou procedimentos através do melhoramento das técnicas e da efetiva produção, assimilação e exploração da novidade.

Você sabe o que é inovação?

Uma inovação é a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas. Manual de Oslo 3ª edição Finep, pág. 55, 2005.



O que isso significa? Significa que inovar não é apenas fazer uso de tecnologias para implantar algum processo ou produto novo, criar uma novidade do zero, mas é também modificar e renovar antigos costumes. A inovação, também não está relacionada somente a empresas multinacionais ou empresas de grande porte. Um processo inovativo inserido em pequenos e médios negócios pode gerar excelentes resultados, promovendo um grande salto no seu desenvolvimento e crescimento, além de aumentar a lucratividade. Além disso, é importante considerar que o investimento em inovação dentro da empresa é fundamental para manter a sua sobrevivência no mercado altamente competitivo no qual as empresas têm vivido. Inovação é também fruto de um trabalho sistemático e organizado da equipe.

Quais são os tipos de inovação?

O Manual de Oslo define quatro tipos de inovações os quais abrangem um amplo conjunto de mudanças nas atividades dos negócios ou empresas, quais sejam:

- Inovações de produtos;
- Inovações de processos;
- Inovações de marketing;
- Inovações organizacionais.

## Organograma dos tipos de inovação



### Inovações de produtos

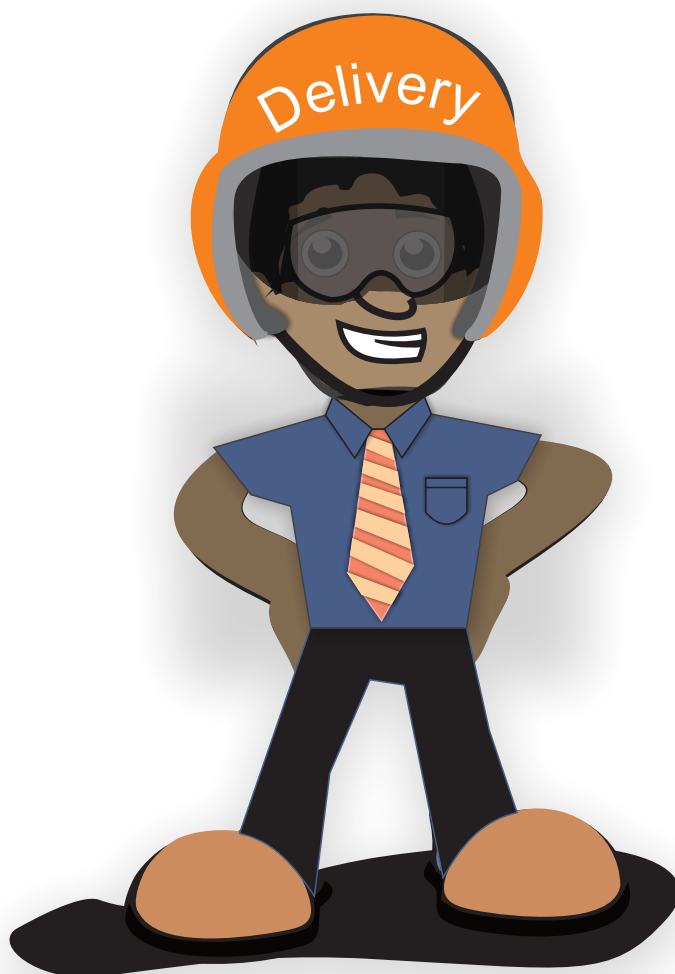
As Inovações de produtos é a introdução de um bem ou serviço novo ou significativamente melhorado no diz respeito as suas características ou usos previstos. Inclui-se melhoramentos significativos, componentes materiais, software incorporados, facilidades de uso ou outras características funcionais.

## Inovações de marketing

As Inovações de marketing é a implementação de um novo método de marketing com mudanças significativas na concepção do produto ou em sua embalagem, no posicionamento do produto, em sua promoção ou na fixação de preços, ou seja, são voltadas para atender melhor às necessidades dos consumidores. Abrir novos mercados ou reposicionar o produto de uma empresa no mercado (disponibilizá-lo em novos canais de venda, franquias), com o objetivo de aumentar suas vendas. Inovações em marketing visam uma nova forma de atingir o consumidor, no intuito de gerar e suprindo novas necessidades e promover lucro para a empresa.

## Inovações de Processos

As Inovações de processos é a implementação de um método de produção ou distribuição novo ou significativamente melhorado. Inclui-se mudanças significativas em técnicas, equipamentos e/ou software. Esta visa diminuir mão de obra, custos e tempo de produção ou de distribuição, melhorar a qualidade ou ainda produzir ou distribuir produtos novos ou significativamente melhorados, lucrando mais e otimizando tempo. Em todas as atividades repetitivas desenvolvemos processos e são neles que devemos dar ênfase para diferenciar-se dos concorrentes prestando serviços com qualidade, evitando o retrabalho e de maneira inovadora.



## Inovações Organizacionais

As inovações organizacionais é a implementação de um novo método organizacional nas práticas de negócios da empresa, na organização do seu local de trabalho ou em suas relações externas, ou seja, define-se como novidade, reforma, modernização e atualização, e cuidados com a saúde da empresa. Na inovação organizacional objetiva-se reduzir custos administrativos e de suprimentos, estimular a satisfação dos colaboradores no local de trabalho, estabelecer novas práticas nas relações externas e nas práticas de negócios e que não tenham sido utilizadas anteriormente.

Vamos ver exemplos das três formas de inovação!

Inovação de produto. Lembrando que o produto pode ser um serviço ou um produto. Aqui podemos usar como exemplo: plásticos biodegradável que não agredem ao meio ambiente, câmeras em telefones celulares cada vez mais avançadas deixando a fotografia digital com maior qualidade, produtos com consumo de energia significativamente reduzido (refrigeradores com o uso eficiente de energia), etc.

Exemplos de inovação em serviços (bens): Serviço de entrega e retirada em casa para aluguel de automóveis, serviços de entrega delivery de alimentação, serviços de drive thru, melhorias significativas em serviços bancários via internet e por aplicativos, oferta de um novo serviço em uma clínica odontológica, etc.

Exemplos de inovações em processos de produção: Instrumentos de corte a laser, equipamentos computadorizados para o controle da qualidade da produção. Exemplos de inovação em processo de entregas e execuções: Sistemas de rastreamento GPS para equipamentos de transporte, Scanners/computadores portáteis para registrar bens e estoques, redes de computadores novas ou significativamente melhoradas, introdução de códigos de barras ou de chips de identificação para rastrear materiais ao longo da cadeia de fornecimento.

Exemplos de inovação em marketing: Implementação de uma mudança significativa na criação de uma linha de móveis ou na embalagem de um produto para dar-lhe nova aparência e ampliar sua atração, introdução pela primeira vez de vendas diretas ou de varejo exclusivo (uso de estabelecimento exclusivo), o uso pela primeira vez do lançamento de um produto na mídia por meio de líderes de opinião, celebridades ou grupos que estejam na moda e que influenciam tendências de produtos.



## **O que torna uma empresa inovadora?**

O que torna uma empresa inovadora é suas capacidades gerencial e estratégica de implementar novos desafios, ingressar em novos mercados, sua capacidade de apropriar-se dos ganhos provenientes de suas atividades de inovação e introduzir uma inovação em um dado período em análise, incluindo as atividades bem-sucedidas, em processo (em curso) e as abandonadas (abandonadas antes de serem implementadas). O sucesso não é medido pelo quanto se investe, mas de que maneira esses investimentos mudam a empresa. Segundo o Manual de Oslo (2005) as empresas inovadoras podem ser divididas entre as que desenvolveram principalmente inovações próprias ou em cooperação com outras empresas ou organizações públicas de pesquisa, e aquelas que inovaram sobretudo por meio da adoção de inovações (por exemplo, novos equipamentos) desenvolvidas por outras empresas.

## **Entendendo o que é inovação fechada e aberta**

Inovar, no sentido amplo, é criar uma solução nova que melhore alguns aspectos do negócio. Pode ser qualquer coisa, por menor que seja, desde que ela acrescente melhorias em alguma dimensão do seu empreendimento, por exemplo, passar a utilizar uma tecnologia que facilite pagamentos, e aumente as vendas, ou mudar a forma de atendimento para aumentar a satisfação do cliente ou desenvolver um novo produto no seu mercado. É importante lembrar que para inovar não precisa fazer algo inédito, que nunca tenha sido feito antes, basta fazer algo que é novo para seu negócio de forma que traga benefícios que não existiam antes. Esse processo de inovar pode ser feito de duas formas: fechada ou aberta.

### **O que inovação fechada?**

A inovação fechada é um modelo tradicional, é aquela desenvolvida pelas pessoas dentro da empresa, ou seja, as ideias e soluções são criadas pelos talentos internos. Esse era o modelo dominante no mundo até o final do século passado. Atualmente, conforme as tecnologias de comunicação digitais passaram a conectar cada vez mais pessoas e informações, em qualquer lugar do planeta, foi se tornando cada vez mais fácil envolver pessoas externas à empresa nos processos de inovação.

### **O que inovação aberta?**

A inovação aberta é fazer uso da participação de profissionais de fora da empresa, por exemplo: clientes oferecendo ideias para cocriação de novos produtos ou até mesmo chamadas abertas para que qualquer pessoa possa contribuir com ideias, sugestões, votações ou projetos em alguma dimensão do negócio. Uma inovação não precisa ser desenvolvida pela própria empresa, mas pode ser adquirida de outras empresas ou instituições por meio do processo de difusão, ou seja, por meio de cooperação ou adoção de inovações desenvolvidas por outras empresas. Uma inovação aberta amplia possibilidades de ideias e soluções, pois favorece a criatividade por meio da diversidade de opiniões, sugestões além de otimizar a utilização de recursos humanos no processo. Esse tipo de inovação pode ser aplicada em qualquer tipo ou tamanho de empresa ou solução.



## **Grau de novidade e difusão das inovações**

Por definição, todas as inovações devem conter algum grau de novidade. Três conceitos são discutidos:

- Nova para a empresa;
- Nova para o mercado;
- Nova para o mundo.

Exemplo 1: Um método de produção, processamento e marketing ou um método organizacional pode já ter sido implementado por outras empresas, mas se ele é novo para a empresa (ou se é o caso de produtos e processos significativamente melhorados), então trata-se de uma inovação para essa empresa.

Exemplo 2: As inovações são novas para o mercado quando a empresa é a primeira a introduzir a inovação em seu mercado, ramo de atividade.

Exemplo 3: Uma inovação é nova para o mundo quando a empresa é a primeira a introduzir a inovação em todos os mercados e indústrias, domésticos ou internacionais.

Vale ressaltar que, a primeira implementação de uma nova tecnologia em uma fábrica, por exemplo, pertencentes a uma mesma empresa é contada como inovação, mas a implementação da mesma tecnologia nas demais fábricas (filial) dessa mesma empresa não é considerada como inovação.

## **Porque as empresas inovam?**

Joseph Schumpeter influenciou bastante as teorias da inovação. Seu argumento é de que o desenvolvimento econômico é conduzido pela inovação por meio de um processo dinâmico em que as novas tecnologias substituem as antigas, um processo por ele denominado “destruição criadora”. Desse modo, à medida que as novas tecnologias chegam ao mercado para substituição e são assimiladas pela conjuntura e seu consumo generalizado as velhas tecnologias deixam de ser produzidas sendo extinguida do mercado. Empresários inovadores conseguem alocar produtos com vantagens competitivas em relação a suas concorrentes tecnologicamente desfasadas. As empresas inovam para defender sua atual posição competitiva assim como para buscar novas vantagens em seu mercado ou alcançar novos mercados. Uma empresa pode ter um comportamento reativo e inovar para evitar perder mercado para um competidor inovador ou pode ter um comportamento pró-ativo para ganhar posições de mercado estratégicas frente a seus competidores, por exemplo desenvolvendo e tentando impor padrões tecnológicos mais altos para os produtos que ela fábrica. Cada vez mais as empresas, para se manterem competitivas, têm de seguir práticas de inovação como modo de vida para poderem sobreviver e garantir seu desenvolvimento numa base continuada, sendo que esse tipo de constatação se aplica também às estruturas sociais, incluindo as empresas, regiões e os próprios países.

## O que é inovação Radical ou Disruptiva?

Segundo Schumpeter (1934), inovações “radicais” engendram rupturas mais intensas, enquanto inovações “incrementais” dão continuidade ao processo de mudança. A inovação radical consiste em uma transformação com características inédita com grande impacto que causam rupturas mais intensas onde o grau de incerteza ocorre em maior grau. Em um ambiente mais volátil, a empresa pode precisar introduzir rapidamente novos produtos, buscar novos mercados, e introduzir novas tecnologias, métodos de produção e métodos organizacionais.

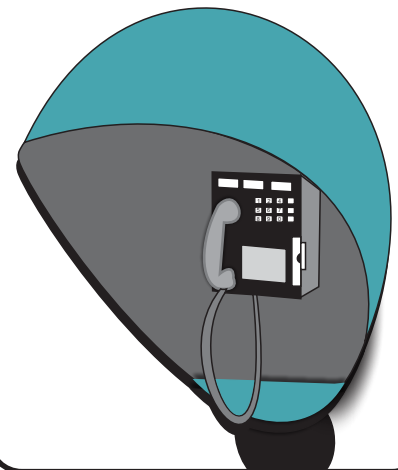
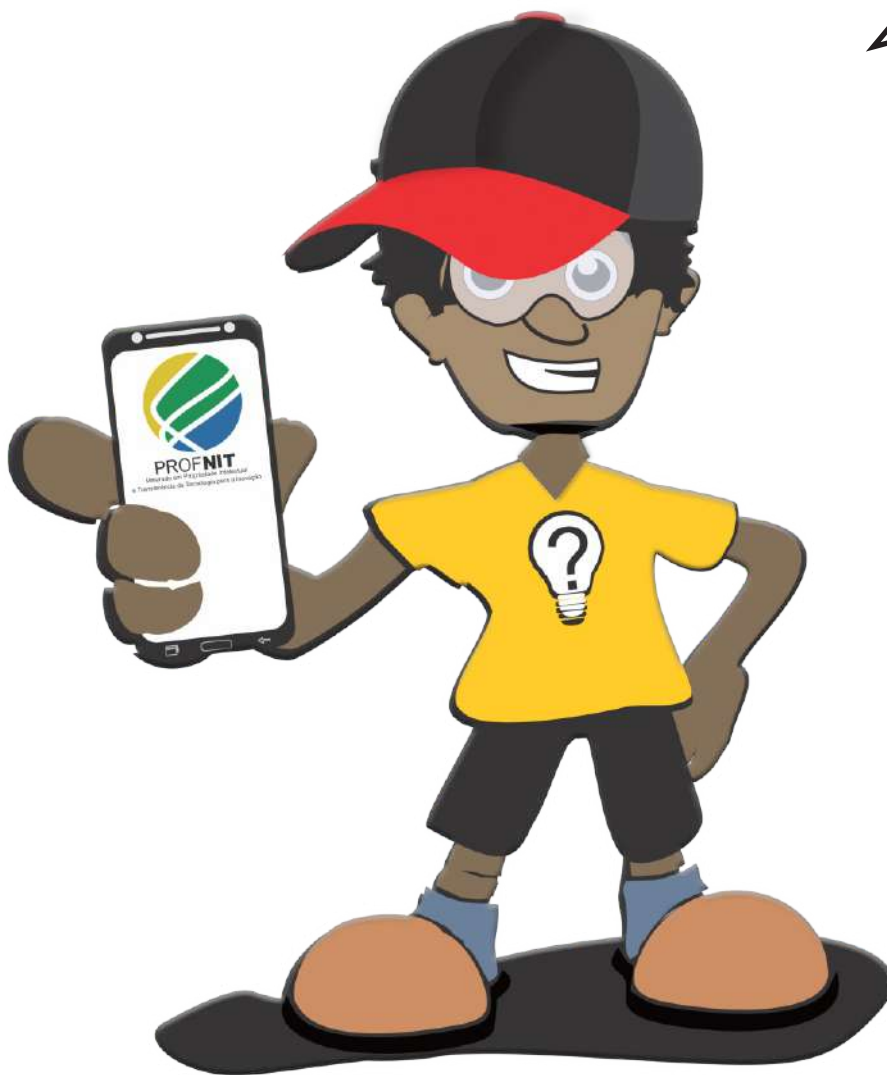
A inovação incremental é um processo que consiste em promover melhorias em um processo, tecnologia, produto ou serviço já existente, dando continuidade ao processo de mudança, ou seja quanto menor for a novidade mais próximo está da inovação incremental.

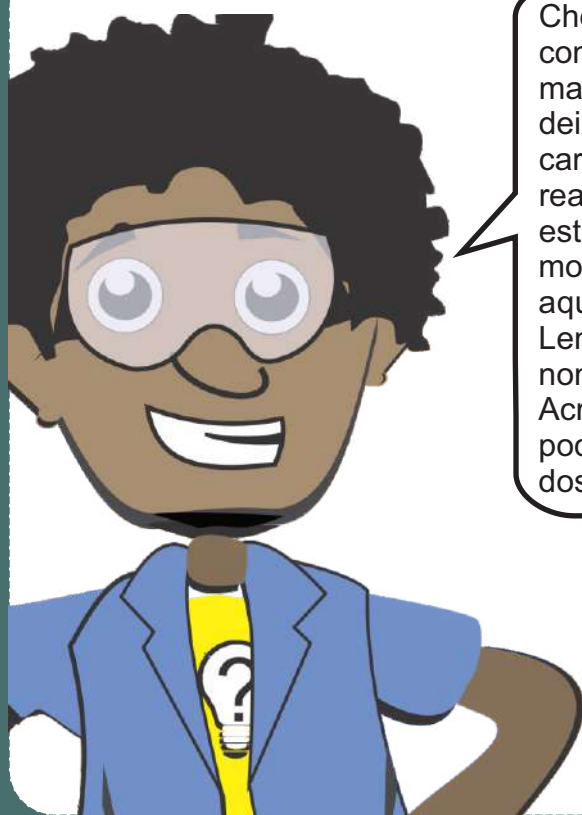
Segundo Schumpeter (1934), inovações “radicais” engendram rupturas mais intensas, enquanto inovações “incrementais” dão continuidade ao processo de mudança. A inovação radical consiste em uma transformação com características inédita com grande impacto que causam rupturas mais intensas onde o grau de incerteza ocorre em maior grau. Em um ambiente mais volátil, a empresa pode precisar introduzir rapidamente novos produtos, buscar novos mercados, e introduzir novas tecnologias, métodos de produção e métodos organizacionais.



Há no nosso meio diversos serviços e produtos que apresentam características dessas duas inovações: a radical e a disruptiva. Pois só basta ligar a TV, ouvir um anúncio no rádio, ver os banners na internet que nos deparamos com produtos novos ou algo que sofreu modificações em suas características físicas e de funcionamento, não é mesmo? Se eu perguntar sobre o aparelho que nossos avós e pais usavam para fazer ligações na época deles (os orelhões e os aparelhos de telefones residenciais) você considera que eles em relação aos de hoje sofreram qual tipo de inovação?

Os primeiros aparelhos celulares não tinham a quantidade de funções que os atuais têm. Mesmo assim eles continuam sendo produzidos para realizar ligações, claro, além de ligações podemos acessar a internet, jogar, estudar, assistir filmes, enfim, um montão de coisas. Mas, sobre os aparelhos celulares, você acha que essa evolução pode ser considerada uma inovação incremental? Se ficar na dúvida, volta na página anterior e faça uma leitura.





Chegamos ao final de nossa Cartilha. Falamos sobre os conceitos de Empreendedorismo e Inovação, tratado no manual de Oslo. Você como um bom curioso, não vai deixar esse assunto parar por aqui, certo! Busque outras cartilhas, textos que tratam do assunto. Sei que sua escola realiza todo ano uma feira de ciências ou algo que vocês estudantes possam divulgar suas ideias, invenções e um montão de outros assuntos. Os conceitos que trabalhamos aqui vão ajuda-lo a iniciar o registro de seu projeto. Lembre-se, o que você criar ou inventar, precisa levar seu nome, sua marca. Uma boa invenção pode mudar o mundo. Acredite em seu potencial. Se precisar de mais informações, pode entrar em contato comigo e meus colegas, através dos e-mails que vou deixar aqui. Até mais, tchau!

Ademir Bandeira (ademir.bandeira@mail.uft.edu.br)

Cirleide Pereira (cirleide@uft.edu.br)

Danilo Oliveira (machado.danilo@uft.edu.br)

Maurício Cordenonzi (mauricio.cordenonzi@uft.edu.br)

## Referências

A Inovação de Processos: um estudo no segmento de Restaurante, Alisson Kemis de Araújo, Richard Medeiros de Araújo, disponível em: <http://www.each.usp.br/turismo/publicacoesdeturismo/ref.php?id=25575>. Acesso em 22 de out. 2020.

Cartilha do empreendedor. 3. ed. rev. e ampl. - Salvador: Sebrae Bahia, 2009. Disponível em [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/F896176A3D895B71832575510075D2DB/\\$File/NT0003DCB6.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/F896176A3D895B71832575510075D2DB/$File/NT0003DCB6.pdf).

Incremental: una visita guiada al mundo emprendedor / Graciela Inés Gallo; Juan Pablo Luna. – 1a ed. – Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Teseo, 2018.

Inovação sistêmica casos de empreendedorismo e inovação sustentáveis. Maria Rosilene Sabino e Jonatas Renan G. Montanucci, 1ª edição, Londrina 2013.

Manual de Oslo, diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação, 3ª edição Finep, 2005.

Série Conceitos e Aplicações de Propriedade Intelectual (PI), volume II, disponível em: <http://www.profnit.org.br/pt/livros-profnit/>. Acesso em 20 de out. 2020.

Série Conceitos e Aplicações de Transferência de Tecnologia (TT) – Vol. 01, disponível em <http://www.profnit.org.br/pt/livros-profnit/>. Acesso em 20 de out. 2020.

# Introdução a PI, TT e Inovação

Universidade Federal do Tocantins | UFT | 2020

Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e  
Transferência de Tecnologia para Inovação – PROFNIT

# CONCEITOS

sobre

# Empreendedorismo & Inovação

