



International Journal of Professional Business Review

ISSN: 2525-3654

Universidade da Coruña

dos Santos Braum, Loreni Maria; Torres Urdan, André; Brito Silva
Cirani, Claudia; Santos Braun, Ruan; Dal Belo Carneiro Leão, Ana Luisa
Mecanismos Públicos de Apoio á Inovação: Estudo de Caso
International Journal of Professional Business Review,
vol. 2, núm. 1, 2017, Janeiro-Junho, pp. 28-40
Universidade da Coruña

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=553658819002>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais informações do artigo
- Site da revista em redalyc.org

UAEM redalyc.org

Sistema de Informação Científica Redalyc
Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal
Sem fins lucrativos académica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa
acesso aberto

PUBLIC MECHANISMS OF SUPPORT FOR INNOVATION: CASE STUDY**MECANISMOS PÚBLICOS DE APOIO À INOVAÇÃO: ESTUDO DE CASO**¹Loreni Maria dos Santos Braum²André Torres Urdan³Claudia Brito Silva Cirani⁴Ruan Santos Braun⁵Ana Luisa Dal Belo Carneiro Leão**ABSTRACT**

This article aims to present the innovations implemented in a company engaged in the food sector using public support mechanisms for innovation. This artigo presents a brief definition of innovation and public support mechanisms for innovation. The methodology was the case study of a small business that operates in the food sector, located in Foz do Iguaçu - Paraná. Two innovations implemented in the company with the use of public support mechanisms for innovation. The first was in 2010, and the proceeds were obtained by means of Notice Senai Sesi of Innovation of the year 2010 and the new product developed was placed effectively in the market in 2012; the second in 2015, through the Notice of Sebraetec, and changes were implemented in the production process to obtain the Paraná Food Stamp, which refers to a recognition of the quality in business management and production processes. The support received through these mechanisms, according to the managing director of the company, were important and added strength to the process of production and management of the company.

Keywords: Innovation; Innovation Support; SIBRATEC.

¹ Mestre em Ciências Contábeis - FURB. E-mail: lorenibraum@hotmail.com

² Doutor em Administração pela Universidade de São Paulo - FEA-USP, São Paulo (Brasil). E-mail: andre.urdan@gmail.com

³Doutorado em Economia Aplicada pela Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz / Universidade de São Paulo – ESALQ – São Paulo (Brasil). E-mail: / USP.claudiabscirani@gmail.com

⁴ Graduado em Ciências Contábeis pela Faculdade Luterana Rui Barbosa – FALURB Rondon, Paraná (Brasil). E-mail: ruanbraun@hotmail.com

⁵ Mestre em Administração pela Universidade Federal da Paraíba Universidade Federal de Paraíba – UFPB, Paraíba (Brasil). E-mail: ana_cleao@yahoo.com

RESUMO

Este artigo tem por objetivo apresentar as inovações implementadas em uma empresa que atua no setor de alimentos com o uso de mecanismos públicos de apoio à inovação. Neste artigo apresenta-se uma breve definição de inovação e dos mecanismos públicos de apoio à inovação. A metodologia foi o estudo de caso em uma empresa de pequeno porte que atua no setor de alimentos, localizada na cidade de Foz do Iguaçu – Paraná. Duas inovações implantadas na empresa com o uso de mecanismos públicos de apoio à inovação, a primeira foi no ano de 2010, sendo que os recursos foram obtidos por meio do Edital Senai Sesi de Inovação do ano de 2010 e, o novo produto desenvolvido foi colocado efetivamente no mercado no ano de 2012; a segunda no ano de 2015, por meio do Edital do Sebraetec, onde foram implantadas mudanças no processo produtivo para obtenção do Selo Alimentos do Paraná, o qual se refere a um reconhecimento da qualidade na gestão empresarial e de processos de produção. O apoio recebido por meio destes mecanismos, de acordo com o diretor administrativo da empresa, foram importantes e agregaram força ao processo de produção e gestão da empresa.

Palavras-chave: Inovação; Apoio à Inovação; SIBRATEC.

1 Introdução

Para se manterem competitivas as empresas precisam acompanhar as tendências do mercado e as ações dos concorrentes, tanto nos momentos de crises quanto nos períodos de estabilidade econômica e, a inovação exerce um importante papel neste contexto. No setor industrial, a competitividade dos produtos depende do conteúdo tecnológico tanto para assegurar, quanto para atender as demandas dos consumidores. Assim, é preciso desenvolver inovações e agregá-las à produção (WEISZ, 2006).

Embora não exista um conceito único para inovação, há um consenso de que ela pressupõe mudanças e traz a ideia de novidade (nova para a empresa, nova para o mercado ou nova para o mundo). As inovações sempre estiveram presentes na história da humanidade, podendo ser identificadas nos produtos e nos processos. Entre a segunda metade do século XIX e o início do século XX houve inovações que modificaram substancialmente a vida cotidiana, a produção e as formas de uso de bens, seja pela modificação dos produtos já disponíveis, melhorando o desempenho, o design e/ou a forma de uso deles, seja pela introdução de um produto radicalmente novo (SALERNO; KUBOTA, 2008).

As políticas públicas de estímulo ao desenvolvimento de inovações tecnológicas desempenham um papel importante sobretudo no setor industrial favorecendo e estimulando a inovação de produtos e processos, que tornam as empresas mais competitivas (WEISZ, 2006). A inovação é feita na empresa, mas o Estado pode induzir o comportamento, as estratégias e as decisões empresariais relativas à inovação por meio de mecanismos de apoio à inovação (SALERNO; KUBOTA, 2008). O Decreto nº 6.259, de 20 de novembro de 2007 instituiu o Sistema Brasileiro de Tecnologia - SIBRATEC, com a finalidade de apoiar o desenvolvimento tecnológico e incrementar a taxa de inovação das empresas brasileiras. A Portaria MCT nº 36, de 25 de janeiro de 2008 designa os membros do Comitê Gestor do SIBRATEC onde a Financiadora de Estudos e Projetos - FINEP foi designada como

operadora, ou seja, executora do SIBRATEC. A FINEP foi criada em 1967, é uma agência federal de fomento à inovação e ao desenvolvimento tecnológico que financia desde a pesquisa básica até a preparação do produto para o mercado.

No âmbito dos Estados estão as redes estaduais de extensão tecnológica, as quais são formadas por entidades especializadas na extensão tecnológica, atuantes na região, por meio da organização de um arranjo institucional onde cada Estado faz a opção dos setores a serem atendidos, buscando o fortalecimento dos sistemas produtivos locais. Diversos órgãos e entidades públicas fazem parte destas redes, entre eles estão o SENAI e o SESI (foco do presente artigo) que, por meio de chamadas públicas, oferecem a oportunidade de implementação de inovações em empresas do setor industrial, de startups, micro, pequenas, médias até grandes empresas.

Os apoios à inovação concedidos pelos órgãos de fomento podem ser de duas categorias distintas: reembolsáveis e não reembolsáveis. No caso dos Editais Senai Sesi de Inovação os recursos são não reembolsáveis, ou seja, a empresa não irá pagar o valor que recebeu, no entanto, para cada categoria (A, B, C) existe um percentual de contrapartida econômica e financeira que deve ser feita pela empresa proponente.

Este estudo busca responder ao seguinte questionamento: *como os mecanismos públicos de apoio à inovação podem promover melhoria no processo de produção e na gestão de uma empresa do setor de alimentos?*

Assim, o objetivo é apresentar as inovações implementadas em uma empresa que atua no setor de alimentos com o uso de mecanismos públicos de apoio à inovação. Para tal, o procedimento metodológico adotado foi o estudo de caso, o qual foi realizado por meio de uma entrevista estruturada, em uma empresa que obteve apoio à inovação do Edital Senai Sesi de Inovação no ano de 2010 e do Sebraetec no ano de 2015. A empresa atua na fabricação e comercialização de sorvetes a mais de 20 anos e, desde 2010 passou a compartilhar, por meio do sistema de franquia, a experiência e *know how* adquiridos ao longo dos anos.

O estudo está estruturado em quatro seções além desta introdução. Na próxima seção é apresentada a fundamentação teórica, na sequência a metodologia e, em seguida, a apresentação do caso e as considerações finais.

2 Fundamentação Teórica

Esta seção faz uma breve apresentação sobre inovação e mecanismos públicos de apoio à inovação, especificamente os Editais Senai Sesi de Inovação e Sebraetec.

2.1 Inovação

Inovação é aplicação comercial ou industrial de alguma coisa nova (produto, processo ou método de produção), um novo mercado, uma nova forma de organização de negócios, comercial ou financeira, distinguindo-se da invenção pela exigência da obtenção de um resultado comercial, aplicado e utilizado pelos consumidores (SCHUMPETER, 1934). Desta forma, tem como características a busca, a descoberta, a experimentação, o desenvolvimento, a imitação e a adoção de novos produtos, processos e novas técnicas organizacionais (DOSI, 1988). Quanto ao objeto da inovação, o Manual de Oslo (2005, p. 23) define o seguinte:

Inovações tecnológicas de produto e de processo (TPP) compreendem a implementação de produtos e de processos tecnologicamente novos e a realização de melhoramentos tecnológicos significativos em produtos e processos. Uma inovação

TPP foi implementada se ela foi introduzida no mercado (inovação de produto) ou usada em um processo de produção (inovação de processo).

Na definição do Manual de Oslo, a inovação pode ser de produto e de processo, sendo que as inovações de produto são perceptíveis para o mercado e têm como foco principal a competição pela preferência do consumidor, enquanto as inovações de processos são mais difíceis de serem identificadas pelo mercado e, por isso, são mais protegidas de imitação (NARAYANAN, 2000).

“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, 2005, p. 55). O Quadro 1 apresenta definições dos tipos de inovações.

Tipo	Definição
Inovação de produto	Introdução de um bem ou serviço novo ou significativamente melhorado no que concerne a suas características ou usos previstos.
Inovações de processo	Implementação de um método de produção ou distribuição novo ou significativamente melhorado. Neste caso, incluem-se mudanças significativas em técnicas, equipamentos e/ou softwares.
Inovações organizacionais	Implementação de um novo método organizacional nas práticas de negócios da empresa, na organização do seu local de trabalho ou em suas relações externas.
Inovação de marketing	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.

Quadro 1 – Tipos de inovação

Fonte: Manual de Oslo (2005, p. 57-60)

Conforme descrito no Manual de Oslo (2005) o objeto da inovação é que definirá as barreiras e objetivos. Assim, as inovações ligadas a produtos e marketing tem relação principalmente com a demanda, enquanto inovações em processos ou organizacionais, geralmente tem relação com a oferta.

Quanto aos níveis a inovação pode ser incremental ou radical. As inovações incrementais referem-se às modificações/evoluções em produtos ou processos tecnológicos existentes, podendo ocorrer de dentro para fora da empresa, seja para chamar a atenção do consumidor para determinado produto, ou para atender as necessidades identificadas pelo próprio mercado, mas as inovações de processo, normalmente são imperceptíveis e, geralmente, surgem de iniciativas internas ou de parceiros (TUSHMAN; ANDERSON, 1986). Por outro lado, as inovações radicais referem-se a produtos ou processos tecnológicos totalmente novos e revolucionários, muitas vezes capazes de alterar profundamente as estruturas existentes de mercados (TUSHMAN; ANDERSON, 1986).

Sobre o impacto que as inovações podem causar Tushman e Anderson (1986) destacam que a implementação de uma inovação incremental representa risco mínimo ou nulo para o negócio, pois não requer profundas alterações das práticas estabelecidas, colaborando para o crescimento do know-how existente na organização, entretanto, as inovações radicais podem criar ou destruir segmentos, e até mesmo de indústrias inteiras, além de gerar novas

ciências ou causar obsolescência de um conjunto de competências, habilidades e conhecimentos.

A inovação pode ocorrer de forma individual ou por meio de parceiras. “A empresa pode investir em atividades de criação para desenvolver inovações internamente – sozinha ou em parceria com outras empresas – ou pode adotar inovações desenvolvidas por outras empresas ou instituições como parte de um processo de difusão”, sendo que existem diversas combinações possíveis para implementação, por exemplo, “a empresa adotar uma inovação organizacional desenvolvida por outra e ajustá-la para operar de acordo com suas próprias rotinas, ou a empresa adaptar uma nova tecnologia de fabricação para sua linha de produção, ou mesmo introduzir um novo componente, obtido de um fornecedor, em um produto de consumo” (MANUAL DE OSLO, 2005, p. 44).

2.2 Mecanismos de Apoio à inovação

A inovação é importante para manter uma empresa competitiva, mas, por vezes, as empresas principalmente de pequeno porte, enfrentam barreiras para inovar especialmente no que se refere aos aportes financeiros e falta de equipe especializada para acompanhar o processo. Para minimizar estes problemas surgem os mecanismos públicos de apoio à inovação que buscam reduzir os custos e os riscos dos projetos.

Como destaca o Manual de Oslo (2005), as pequenas e médias empresas (PMEs) possuem necessidades mais especializadas em suas atividades e, estas necessidades aumentam a importância de uma interação eficiente com outras empresas e com instituições públicas de pesquisa para P&D, especialmente no que se refere ao financiamento das inovações. “O financiamento pode ser um fator determinante para a inovação em PMEs, que não raro carecem de fundos próprios para conduzir projetos de inovação e enfrentam muito mais dificuldades para obter financiamento externo do que as empresas maiores (MANUAL DE OSLO, 2005, p. 48).

No Brasil, a Lei de Inovação Tecnológica - Lei 10.973/2004, regulamentada pelo Decreto 5.563/2005, está organizada em torno de três eixos: a constituição de ambiente propício a parcerias estratégicas entre universidades, institutos tecnológicos e empresas; o estímulo à participação de institutos de ciência e tecnologia no processo de inovação; e o estímulo à inovação na empresa.

O Sistema Brasileiro de Tecnologia – SIBRATEC, foi instituído pelo Decreto nº 6.259/ 2007 e integra o Plano de Ação de Ciência, Tecnologia e Inovação para o Desenvolvimento Nacional (PACTI 2007-2010), tendo por finalidade apoiar o desenvolvimento tecnológico das empresas brasileiras. É organizado em três tipos de Redes: Extensão Tecnológica (ET), que soluciona gargalos tecnológicos nas empresas; Serviços Tecnológicos (ST), que apoia a infraestrutura laboratorial e atividades de normalização e regulamentação técnica; e Centros de Inovação (CI), cujo objetivo é realizar projetos cooperativos entre institutos tecnológicos e empresas. Segundo Uechi *et al.* (2015), atualmente, o SIBRATEC é composto por 54 redes e, entre 2009 a 2014, foram aportados no SIBRATEC R\$ 124 milhões para apoiar inovações em empresas de diferentes portes. Quanto à gestão do SIBRATEC, Uechi *et al.* (2015) explicam que ela é exercida, no âmbito nacional, por um Comitê Gestor (CG-SIBRATEC), três Comitês Técnicos, sendo um para cada componente operando articuladamente, e uma Secretaria Executiva, atualmente exercida pela Secretaria de Desenvolvimento Tecnológico e Inovação do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação – SETEC/MCTI. Outro ator fundamental na gestão é a função de agência executora, executada pela Financiadora de Estudos e Projetos – FINEP.

O Ministério da Ciência Tecnologia e Inovação – MCTI esclarece que o SIBRATEC é um instrumento de articulação e aproximação da comunidade científica e tecnológica com as empresas. Seu vetor condutor é a demanda empresarial de todos os portes (micro, pequena, média e grande), a aproximação com as empresas ocorre por meio dos centros de inovação tecnológica, das redes de extensão tecnológica e dos serviços tecnológicos, denominados componentes, cujas atribuições são apresentadas no Quadro 2.

Componente	Descrição
Centros de inovação tecnológica	<p>As redes temáticas de centros de inovação destinam-se a gerar e transformar conhecimentos científicos e tecnológicos em produtos, processos e protótipos com viabilidade comercial (inovação radical ou incremental).</p> <p>São constituídas por no mínimo três centros de inovação com experiência na interação com empresas e que possuam política de propriedade intelectual, e se forem instituição pública, com um Núcleo de Inovação Tecnológica (NIT) estruturado.</p> <p>Cada rede tem um Núcleo de Coordenação composto por no máximo cinco representantes integrantes da rede, que têm, entre outras atribuições, o dever de encaminhar os projetos cooperativos que serão desenvolvidos pela rede para atender a demandas específicas de empresas.</p> <p>Os projetos cooperativos devem ter valor mínimo de R\$ 500 mil, e o SIBRATEC/FINEP aportará até 95% desse valor, de acordo com o porte da empresa.</p>
Redes estaduais de extensão tecnológica	<p>As redes estaduais de extensão tecnológica destinam-se a solucionar pequenos gargalos na gestão tecnológica, na adaptação de produtos e processos, e na melhoria da gestão da produção das micro, pequenas e médias empresas (MPME).</p> <p>São formadas por entidades especializadas na extensão tecnológica atuantes na região por meio da organização de um arranjo institucional.</p> <p>Os atendimentos tecnológicos às MPMEs têm valor máximo de R\$ 30 mil, obedecida a seguinte distribuição: SIBRATEC/FINEP aporta no máximo 70%; a rede estadual, 20% no mínimo; e as MPMEs beneficiadas, no mínimo 10%.</p> <p>Os setores atendidos correspondem a uma opção do Estado, visando o fortalecimento dos sistemas produtivos locais.</p>

Continua...

Continuação.

Serviços tecnológicos	<p>As redes temáticas de serviços tecnológicos têm como finalidade ofertar às empresas serviços de avaliação da conformidade (calibração, ensaios, análises, certificação) para auxiliá-las na superação de exigências técnicas para o acesso aos mercados interno e externo.</p> <p>São formadas por no mínimo quatro laboratórios e entidades acreditadas ou que possuam sistema de gestão de qualidade laboratorial implantado, com experiência na prestação de serviços tecnológicos para atender a demandas de empresas.</p> <p>Cada rede tem um Núcleo de Coordenação composto por no máximo cinco representantes integrantes da rede. Este componente não aporta recursos para o pagamento do serviço tecnológico, e sim promove o fortalecimento da infraestrutura laboratorial colocada a serviço da empresa brasileira. A seleção dos integrantes da rede é feita por meio de Chamada Pública.</p>
-----------------------	--

Quadro 2 – Componentes do SIBRATEC

Fonte: Ministério da Ciência Tecnologia e Inovação
(<http://www.portalinovacao.mcti.gov.br/sibratec>)

Atualmente existem 11 centros de inovação tecnológica, os quais são: Rede de Centros de Inovação em Eletrônica para Produtos; Rede de Centros de Inovação em Equipamentos e Componentes de uso Médico, Hospitalar e Odontológico; Rede de Centros de Inovação em Insumos para Saúde e Nutrição Animal; Rede de Centros de Inovação em Manufatura e Bens de Capital; Rede de Centros de Inovação em Microeletrônica; Rede de Centros de Inovação em Nanocosméticos; Rede de Centros de Inovação em Plásticos e Borrachas; Rede de Centros de Inovação em Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação; Rede de Centros de Inovação em Tecnologias para Veículos Elétricos; Rede de Centros de Inovação em Visualização Avançada; e, Rede de Centros de Inovação em Vitivinicultura (www.portalinovacao.mcti.gov.br/sibratec).

Há 17 redes de extensão tecnológica, as quais são: Rede de Serviços Tecnológicos de Análises Físico-Químicas e Microbiológicas para Alimentação; Rede de Serviços Tecnológicos de Biocombustíveis; Rede de Serviços Tecnológicos de Biotecnologia; Rede de Serviços Tecnológicos de Componentes e Produtos da Área de Defesa e de Segurança; Rede de Serviços Tecnológicos de Gravimetria, Orientação Magnética, Intensidade de Campo Magnético e Compatibilidade Eletromagnética; Rede de Serviços Tecnológicos de Instalações Prediais e Iluminação Pública; Rede de Serviços Tecnológicos de Insumos Farmacêuticos, Medicamentos e Cosméticos; Rede de Serviços Tecnológicos de Monitoramento Ambiental; Rede de Serviços Tecnológicos de Produtos de Manufatura Mecânica; Rede de Serviços Tecnológicos de Produtos de Setores Tradicionais: Têxtil, Couro, Calçados, Madeira e Móveis; Rede de Serviços Tecnológicos de Produtos e Dispositivos Eletrônicos; Rede de Serviços Tecnológicos de Produtos para Saúde; Rede de Serviços Tecnológicos de Radioproteção e Dosimetria; Rede de Serviços Tecnológicos de Saneamento e Abastecimento de Água; Rede de Serviços Tecnológicos de Sangue e Hemoderivados; Rede de Serviços Tecnológicos de Tecnologias da Informação e Comunicação aplicáveis às novas mídias: TV digital, Comunicação sem fio, Internet; e, Rede de Serviços Tecnológicos de Transformados Plásticos (www.portalinovacao.mcti.gov.br/sibratec).

E ainda, 22 redes de extensão tecnológica nos seguintes Estados: Alagoas, Amazonas, Bahia, Ceará, Espírito Santo, Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Pará, Paraná, Pernambuco, Piauí, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Rondônia, Santa Catarina, São Paulo, Sergipe, Tocantins e Paraíba. A articulação das redes se iniciou com a Chamada Pública em 2008, que estruturou 8 Redes Estaduais - CE, BA, SP, MG, RJ, RS SC e PR. Em 2009, foi realizada uma Carta-Convite para os demais Estados, em que foram estruturadas as Redes em outros 14 Estados - AM, PA, RO, TO, GO, MT, MS, AL, PB, PE, PI, RN, SE e ES. A contratação das primeiras Redes - SP e SC - ocorreram em julho de 2009 e as últimas Redes - AM e PE - foram contratadas em abril de 2013 (www.portalinovacao.mcti.gov.br/sibratec).

Diversos órgãos fazem parte de cada rede estadual de extensão tecnológica. No Estado do Paraná, por exemplo, fazem parte a TECPAR, a FIEP, a SETI, a Fundação Araucária, o SENAI e o SEBRAE. Os projetos para atender as demandas regionais são elaborados atendendo os requisitos dos editais nacionais ou estaduais, conforme for o caso.

A empresa objeto deste estudo, por exemplo, obteve recursos no ano de 2010 por meio do Edital Senai Sesi de Inovação que é nacional e, foi contemplada no ano de 2015 com o Edital estadual do Sebrae para obtenção da certificação de processos denominada Selo Paraná.

O Edital Senai Sesi de Inovação é uma chamada nacional que visa apoiar e incentivar projetos inovadores propostos pelas indústrias, em parceria com as entidades. O Edital Senai Sesi de Inovação foi lançado em 2004 e desde o seu lançamento até o ano de 2015, foram aprovados 686 projetos em parceria com 589 empresas industriais brasileiras e startups de base tecnológica com investimentos de mais de R\$ 380 milhões em projetos inovadores. O objetivo do Edital é financiar o desenvolvimento de novos produtos, processos e serviços inovadores da indústria nacional.

O Programa SEBRAE de Consultoria Tecnológica - SEBRAETEC é um mecanismo coordenado pelo SEBRAE para permitir que as micro e pequenas empresas e empreendedores possam acessar os conhecimentos existentes no país, por meio de consultorias, visando a elevação do patamar tecnológico da empresa. O SEBRAETEC objetiva promover a melhoria e a inovação de processos e produtos de micro e pequenas empresas, prioritariamente inseridos em arranjos produtivos locais, por meio de serviços de consultoria tecnológica prestados por entidades executoras, visando à incorporação de progresso técnico e ao aumento da competitividade dos pequenos negócios. O programa se destina as micro e pequenas empresas (MPE) e empreendedores dos setores da indústria (inclusive agroindústria), do comércio, de serviços e agropecuário (rural), preferencialmente inseridas em arranjos produtivos, conforme critérios estabelecidos no Estatuto das Micro e Pequenas Empresas (www.sebraepr.com.br).

3 Procedimentos Metodológicos

A metodologia utilizada foi o estudo de caso, tendo abordagem qualitativa e o instrumento foi um roteiro de entrevista estruturado.

O estudo de caso é uma investigação empírica de um fenômeno em um contexto da vida real, sendo que os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos. As entrevistas constituem a principal fonte de evidências (YIN, 2015).

A escolha da empresa foi intencional tendo como principal motivador, a acessibilidade em termos geográficos. Primeiramente foram identificadas as empresas participantes no site do Senai onde constava que duas empresas na região Oeste do Estado do Paraná (que facilitaria a realização do estudo pela localização) tiveram projetos aprovados no Edital Senai Sesi de Inovação. Ao realizar as buscas para entrar em contato com as empresas constatou-se que uma delas não está localizada no endereço que consta e não há telefones para contato, a outra está localizada na cidade de Foz do Iguaçu e atua no setor de alimentos.

O primeiro contato com esta empresa foi por meio de mensagem enviada pelo *Facebook* (Oficina do Sorvete) onde foi apresentado o interesse em realizar um estudo nesta empresa explicando as razões que motivaram tal interesse, e solicitando um telefone de contato da pessoa que pudesse participar da entrevista. Depois de receber a resposta à mensagem enviada, fez-se um novo contato via telefone onde foram esclarecidas as motivações do interesse em realizar o estudo de caso na empresa e agendado um dia e horário para a realização da entrevista.

A intenção inicial foi de realizar visita física à fábrica da empresa, entretanto, em razão de compromissos já agendados anteriormente, o responsável pela área de inovação desta

empresa sugeriu que fosse realizada via *Skype*, sendo que esta foi a forma adotada para a realização da entrevista.

O roteiro da entrevista foi organizado de forma que possibilitasse a investigação do grau de conhecimento dos instrumentos e sua aplicação pela empresa; se a atual configuração dos mecanismos atende a necessidades da empresa; se ela tem dúvidas de ordem legal no uso desses mecanismos; o papel deles no alcance das estratégias competitivas da empresa; o peso do apoio recebido do setor público; a eventual necessidade de adaptações para atender às exigências das agências; a identificação de problemas e/ou obstáculos para o uso dos instrumentos; a percepção das empresas sobre a divulgação das modalidades de apoio público à inovação; e a avaliação das empresas sobre o desempenho das agências na aplicação dos instrumentos de apoio à inovação.

4 Apresentação do Caso

O participante da entrevista tem 27 anos, é graduado em Direito, é filho de uma das proprietárias e, atualmente exerce o cargo de diretor administrativo da fábrica da empresa Oficina do Sorvete, foi responsável pelo processo de certificação que a empresa obteve no ano de 2015 onde obteve o Selo Alimentos do Paraná que é um programa do SEBRAE – PR. O Selo Alimentos do Paraná é o reconhecimento da qualidade na gestão empresarial e de processos de produção. Para conquistar esta certificação as empresas do Paraná devem seguir a legislação sanitária e, as premissas de segurança e qualidade dos alimentos.

A empresa atua no setor de alimentos, é de pequeno porte e iniciou as atividades no ano de 1991, estando localizada na cidade de Foz do Iguaçu – Paraná. A história que antecede a criação da empresa Oficina do Sorvete teve início na cidade de Jaguapitã no Estado do Paraná onde a família das proprietárias atuais desenvolvia receitas próprias de sorvete artesanal em casa. No ano de 1991, duas irmãs que herdaram o *know how* da família iniciaram as atividades em uma nova sorveteria em Foz do Iguaçu. Conforme destacou o participante da pesquisa, a empresa buscando atender as exigências do público diversificado que frequenta a tríplice fronteira, implantou uma dinâmica de trabalho diferenciado e inovador incrementando os produtos tradicionais e iniciando um processo de descoberta e experimentação de novos sabores que dura até hoje.

O crescimento da empresa ocorreu a partir do sucesso do trabalho desenvolvido na sorveteria que culminou em muitos convites de comerciantes locais que desejavam revender o sorvete em seus estabelecimentos. Assim, no ano de 2002 iniciou-se o segmento industrial da Oficina do Sorvete com uma linha de produtos para atender estabelecimentos como supermercados, hotéis, lanchonetes, sorveterias, confeitarias, locadoras, farmácias entre outros pontos de venda.

A necessidade de inovar surgiu por iniciativa própria da empresa. No ano de 2010 a empresa participou do Edital de Inovação Senai Sesi 2010 e o projeto da Oficina do Sorvete foi aprovado. Com a aprovação nesse Edital, a empresa obteve suporte para o desenvolvimento de um novo produto inovador, cujo projeto apresentado concorreu ao Edital e será desenvolvido em conjunto com técnicos do Senai e parceria da Faculdade Anglo Americano, para lançamento no mercado em 2012.

Oficina do Sorvete recebeu, em Curitiba - PR, o troféu de finalista da região Sul do Prêmio Finep de Inovação 2010, na categoria pequena empresa. Cabe ressaltar que naquela edição houve 885 inscrições em todo o Brasil. O Prêmio FINEP de Inovação foi criado para reconhecer e divulgar esforços inovadores realizados por empresas, Instituições Científicas e

Tecnológicas - ICTs e inventores brasileiros, desenvolvidos no Brasil e já aplicados no País ou no exterior.

O produto inovador que foi desenvolvido com recursos aprovado pelo Edital Senai Sesi de Inovação e recebeu o prêmio da FINEP no ano de 2010 foi o “Picolé Baby” que alia benefícios nutricionais e diversão educacional às crianças. A ideia inovadora consistiu no desenvolvimento de picolés com benefícios nutricionais para o público infantil, além de agregar valor com o aproveitamento da embalagem, que vira um “dedoche” (fantoche de dedos), e o palito que pode ser usado para fazer bolinhas de sabão.

O sonho virou realidade com o apoio do Edital Senai/Sesi de Inovação, na categoria A, que culminou com o lançamento do Picolé Baby, desenvolvido em parceria com o Senai de Foz do Iguaçu e com o apoio técnico do Senai de Cascavel, além da Faculdade Anglo Americana e do CNPq. O projeto recebeu cerca de R\$ 500 mil entre recursos e bolsas para pesquisadores.

As contrapartidas econômicas foram os recursos materiais e humanos da empresa (instalações e a equipe de profissionais) e as contrapartidas financeiras foram de 10% do montante liberado para a empresa para desenvolver o novo produto. O participante não revelou o valor, em dinheiro, que foi pago em forma de contrapartida financeira. As bolsas dos pesquisadores foram obtidas junto ao CNPq e não faziam parte do montante a ser considerado na contrapartida.

Posteriormente, no ano de 2015, a empresa novamente participou de outro processo enviando projeto para obter recursos para a inovação de processos, tendo sido contemplada pelo SEBRAETEC. Neste caso não houve ingresso de recursos na empresa, pois foi realizada uma consultoria pela equipe do Sebrae para melhoria e adaptação dos processos produtivos. Com o envolvimento e a consultoria da equipe do Sebrae, na empresa foram promovidas melhorias nos processos de gestão e de produção que possibilitaram a obtenção da certificação Selo de Alimentos do Paraná. Esta certificação é coordenada pelo SENAC em conjunto com as instituições do sistema S (SESI, SEBRAE, SENAI, SESC). O diretor administrativo da empresa destacou que “O programa nos levou a fazer mudanças que se confirmam na qualidade do nosso produto”

Os recursos financeiros deste projeto foram destinados à inovação de processos. Assim, foram aplicados em treinamentos e mapeamento dos processos onde, além do diretor administrativo, outras pessoas foram envolvidas diretamente, especialmente a analista de marketing da empresa, pois uma das consultorias era focada nos processos de venda. O objetivo foi atender os requisitos de padronização para obtenção da certificação Selo Alimentos do Paraná, onde é realizada uma consultoria para adequação dos processos e, em seguida, uma auditoria que analisa o cumprimento dos requisitos para conceder a certificação.

Segundo o diretor administrativo da empresa não teve dificuldades para elaborar os projetos uma vez que um consultor do Sebrae vem acompanhando as atividades, por meio de consultoria, e, o Sebrae tem interesse em ajudar as empresas e realiza o encaminhamento da parte burocrática, trazendo para a empresa “as coisas prontas”, desta forma, destaca que não houve barreiras ou empecilhos que dificultassem a implantação das inovações. Mas, para obter a certificação as principais dificuldades enfrentadas foram de adaptações estruturais e, principalmente com a equipe de funcionários que precisou mudar algumas rotinas de trabalho.

Quando questionado se o valor monetário liberado foi suficiente para implantar a inovação ou se foi necessário mais investimento, além das contrapartidas obrigatórias (caso tenha sido necessário mais investimentos, onde foram obtidos), o participante explicou que foi

suficiente porque eram valores específicos para as consultorias e não houve necessidade de mais aporte financeiro.

Sobre a importância do apoio à inovação para a empresa chegar onde está hoje, em uma escala de zero a dez, o participante considera que foi dez, uma vez que “sem esse apoio eu sei que a gente não teria participado desses programas. Foram programas que trouxeram bastante inovação mesmo. Então, eu direi que foi dez, porque sem o apoio não teria sido feito o investimento”.

Quando questionado sobre a existência de novos planos de inovações a serem implantadas no curto prazo, o participante da pesquisa destacou que atualmente um consultor do SEBRAE está realizando uma consultoria na empresa por meio do Programa ALI. O programa Agentes Locais de Inovação (ALI) desenvolvido pelo Sebrae, é um trabalho que traz oportunidades e novas ferramentas para empresas inovarem, diferenciando-se da concorrência. Trata-se de um programa gratuito que acompanha o micro e pequeno empresário com o objetivo de promover a inovação e a tecnologia dentro das empresas. Com ele, a empresa tem conhecimento de como implantar práticas inovadoras em produtos (bens ou serviços), processo, marketing e método organizacional.

Ainda sobre os novos planos de inovação na empresa, o participante destacou que atualmente está negociando com o Senai um mecanismo de apoio chamado Brasil Mais Produtivo onde pretende buscar recursos para implantar outras inovações. Este programa trata-se de uma iniciativa do Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio (MDIC), Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX-Brasil) e Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI), com a parceria do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES).

Aliando características artesanais à busca constante de soluções tecnológicas que permitam oferecer um sorvete saudável, nutritivo e saboroso com preços altamente competitivos a Oficina do Sorvete atua em Foz do Iguaçu e região atendendo às necessidades de seus pontos de venda. Na loja, também em busca de novas perspectivas, investiu na total remodelação da estrutura física e processos produtivos, alinhando-se às novas tendências do mercado. Além disso, tendo em vista o futuro, vem desenvolvendo estudos já adiantados no sentido de expandir sua marca através do sistema de *franchise* para sorveterias.

Ao ser questionado se a atual configuração dos mecanismos de apoio à inovação atende as necessidades da empresa, o diretor administrativo comentou que atualmente vêm atendendo, mas vem reduzindo bastante estes mecanismos, pois, por exemplo, “antes o SEBRAETEC era de 80% do investimento que a empresa faria e atualmente é de 50%, vem diminuindo bastante. Eu já havia percebido e pelo que o consultor do Sebrae falou está ficando cada vez mais restrito” pela redução dos recursos disponibilizados pelo governo para esta finalidade. De forma geral, destaca que não tem do que reclamar porque todas as solicitações e necessidades que a empresa teve foram atendidas, mas que na atual conjuntura econômica soube que está ocorrendo uma redução nos recursos a serem destinados para esta finalidade.

Quanto à forma adotada pelos órgãos públicos para a divulgação dos mecanismos de apoio público à inovação o participante considera que é “um pouco ruim” porque ele está informado, mas acredita que “tem bastante empresários que não tenham conhecimento da disponibilidade destes apoios, então realmente só quem busca mesmo a informação é que acaba encontrando, mas o país como está precisando de incentivos econômicos, acredito que deveria ter mais divulgação porque tem empresas que não sabem”.

Sobre o impacto esperado, em percentual, das inovações que foram implementadas no ano de 2015 no faturamento total da empresa, o participante considerou que é difícil mensurar porque outros fatores interferem nas vendas, mas acredita que tem um potencial grande pois foi uma consultoria realizada para melhorar processos de venda, entretanto, a empresa ainda não chegou ao fim deste trabalho, então a mensuração só será possível após a conclusão até porque a mensuração dos impactos é uma das etapas do trabalho (projeto).

5 Considerações Finais

O objetivo deste artigo foi apresentar as inovações implementadas em uma empresa que atua no setor de alimentos com o uso de mecanismos públicos de apoio à inovação. O estudo de caso revelou que a empresa obteve apoio à inovação do Edital Senai Sesi de Inovação no ano de 2010 (onde o objeto foi o desenvolvimento de um novo produto chamado “Picolé Baby”), do Sebraetec no ano de 2015 para obtenção da certificação Selo Alimentos do Paraná e, está desenvolvendo outro projeto onde buscará recursos financeiros junto ao Senai, por meio do mecanismo de apoio chamado Brasil Mais Produtivo, para implantação de novas inovações.

Sobre a atual configuração dos mecanismos de apoio à inovação a empresa considera que vêm atendendo suas necessidades, porém revela que a redução dos recursos disponibilizados nos últimos anos é preocupante e no cenário econômico atual as empresas precisam de maior apoio dos órgãos públicos para continuarem competitivas.

A respeito da forma adotada pelos órgãos públicos para a divulgação dos mecanismos de apoio público à inovação, considera que deveria ser aprimorada pois muitos empresários não conhecem e não tem acesso aos mecanismos de apoio disponíveis atualmente.

Em resposta à questão que norteou o estudo é possível afirmar que os mecanismos públicos de apoio à inovação promovem melhoria no processo de produção e na gestão de uma empresa do setor de alimentos seja pelo aporte de recursos financeiros que possibilitam a implantação das ideias de inovação que surgem, seja pela melhoria nos processos por meio das consultorias realizadas pelos órgãos do Sistema S (SENAI, SESI, SENAC, SEBRAE).

Os mecanismos de apoio à inovação são fundamentais para o crescimento e desenvolvimento das empresas e, consequentemente para o crescimento do país, pois quanto mais a empresa cresce, mais empregos e renda são gerados.

REFERÊNCIAS

BRASIL, Ministério da Ciência e Tecnologia. Resolução do Comitê Gestor do SIBRATEC nº 001, de 17 de março de 2008. **Aprova as Diretrizes Gerais do Sistema Brasileiro de Tecnologia - SIBRATEC**, 2008. Publicada no DOU, em 03 de abril de 2008, Seção 1, p. 7.

BRASIL, Ministério da Ciência e Tecnologia. Resolução do Comitê Gestor do SIBRATEC nº 003, de 9 de abril de 2008. **Aprova o Regulamento do Sistema Brasileiro de Tecnologia**, 2008. Publicada no DOU, em 14 de abril de 2008, Seção 1, p. 12.

DOSI, Giovanni. Sources, procedures, and microeconomic effects of innovation. **Journal of economic literature**, p. 1120-1171, 1988.

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA TECNOLOGIA E INOVAÇÃO – MCTI. **SIBRATEC – Sistema Brasileiro de Tecnologia.** Disponível em <http://www.portalinovacao.mcti.gov.br/sibratec/>. Acesso em 10 jun 2016.

MANUAL, DE OSLO. **Manual de Oslo: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação.** 3 ed. Brasília, OCDE, Finep, 2005.

NARAYANAN, Veekay K. **Managing technology and innovation for competitive advantage.** 2000.

PORTAL DA INDÚSTRIA. **Editai Senai Sesi de Inovação 2016.** Disponível em <<http://www.portaldaindustria.com.br/senai/canais/editai-senai-sesi-de-inovacao>>. Acesso 02 abr 2016.

Salerno, M. S., & Kubota, L. C. Estado e inovação. Políticas de incentivo à inovação tecnológica. In DE NEGRI, João Alberto Organizador; KUBOTA, Luis Claudio Organizador. **Políticas de incentivo à inovação tecnológica no Brasil.** Brasília: IPEA, 2008.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle.** Transaction publishers, 1934.

SEBRAE. **Editai SEBRAEtec 2016.** Disponível em <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/AC/Artigos/EDITAL%20SEBRAETEC%202016.pdf>>. Acesso em 20 maio 2016.

TUSHMAN, Michael L.; ANDERSON, Philip. Technological discontinuities and organizational environments. **Administrative science quarterly**, p. 439-465, 1986.

UECHI, Cristina Akemi Shimoda et al. **Avaliação externa, sistema de monitoramento e indicadores do sistema brasileiro de tecnologia (SIBRATEC).** 2015.

WEISZ, Joel. Mecanismos de apoio à inovação tecnológica. **Brasília: SENAI/DN**, 2006.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos.** Bookman editora, 2015.