

Estudo de benchmarking em sistemas de gestão da inovação

Juliana Sassi¹, Prof. Dr. José Luis Duarte Ribeiro²

¹ Autor, Graduada de Engenharia de Produção, UFRGS

² Orientador



XXV SIC
Salão Iniciação Científica

ENG - Engenharias

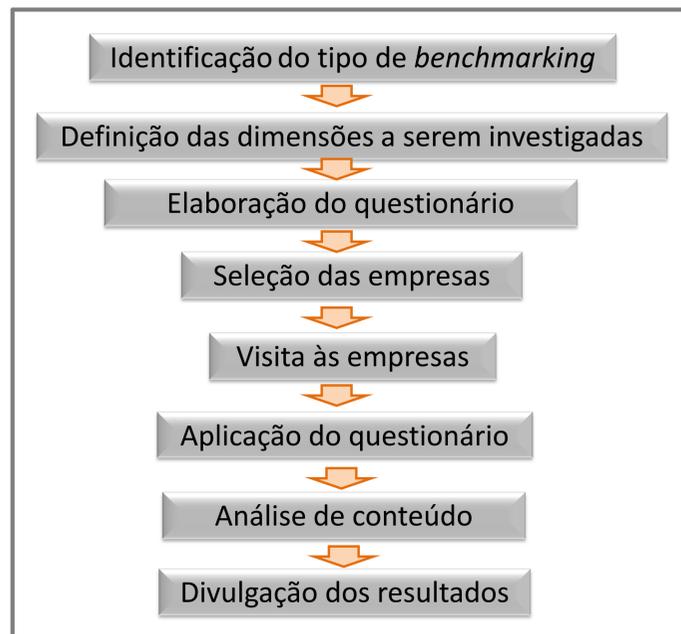
INTRODUÇÃO

No atual contexto econômico, os mercados estão mudando rapidamente, a competição está crescendo, os consumidores estão mais atentos e demandando melhores produtos e serviços. Assim, mudanças estão ocorrendo de maneira sem precedente. Para sobreviver, as empresas precisam repensar suas estruturas, produtos, processos e mercados; elas devem se tornar rápidas, focadas no cliente, inovadoras e flexíveis. Considerando essa situação, uma empresa de distribuição de energia elétrica que atua no sul do Brasil decidiu investir em um sistema de gestão da inovação, que permita que as ideias e atividades de inovação não se limitem a um pequeno grupo ou ao departamento de P&D, mas incluam todos os colaboradores, de forma que os mesmos possam entender a importância de criar novos serviços e aprimorar os já existentes. Durante as pesquisas para auxiliar na criação do sistema de gestão da inovação, percebeu-se a necessidade da realização da análise de *benchmarking* em empresas do mesmo ramo de atuação ou que fossem referência na área de inovação, com o objetivo de identificar como o processo de gestão da inovação era realizado nessas empresas.

METODOLOGIA

O estudo foi desenvolvido utilizando o *benchmarking* externo, não competitivo, e foram realizadas visitas em quatro empresas que responderam a um questionário elaborado pela equipe da UFRGS que estava conduzindo o projeto. Esse questionário era composto por questões que analisavam cinco aspectos da empresa, sendo eles: (1) estratégia, (2) organização e cultura, (3) métodos e processos, (4) estrutura e suporte e (5) resultados. Maiores detalhes da metodologia empregada aparecem na figura ao lado.

Através das etapas metodológicas, foi possível obter informações como: qual o conceito de inovação para a empresa, quais os indicadores que a empresa utiliza para medir a inovação, que tipos de ações são utilizadas para incentivar a inovação e como é tratada a questão da propriedade intelectual no processo de gestão da inovação.



RESULTADOS

A partir das respostas obtidas nos questionários de *benchmarking*, foi aplicada a técnica de Análise de Conteúdo na perspectiva de Bardin, buscando avaliar qualitativamente e quantitativamente os dados. Entre os principais resultados, observou-se que: (i) o conceito de inovação mais empregado é aquele que apresenta valor para o mercado e para o cliente; (ii) os indicadores mais utilizados no monitoramento da inovação são o percentual da receita oriunda de novos produtos no mercado e o número de produtos lançados pela empresa num determinado período; (iii) as ações mais utilizadas para incentivar a inovação são o reconhecimento dos melhores projetos por parte dos líderes, e também a realização de seminários e eventos que divulgam conceitos de inovação; e (iv) a propriedade intelectual é de posse das empresas, todas elas são donas das patentes geradas. Esses resultados irão contribuir para o estabelecimento do sistema de gestão da inovação na empresa em estudo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O método empregado permitiu identificar como o processo de gestão da inovação ocorre nas empresas consultadas. O *benchmarking* é uma maneira de incentivar a empresa a aprender e mudar, com o objetivo geral de atingir excelência competitiva.

REFERÊNCIAS

FREYTAG, Per V., HOLLENSSEN, Svend. **The process of benchmarking, benchlearning and benchaction**. The TQM Magazine, Vol. 13 . No. 1, p. 25-33, 2001.

ANAND, G., KODALI, Rambabu. **Benchmarking the benchmarking models**, Benchmarking: An International Journal Vol. 15 No. 3, p. 257-291, 2008.

MORAES, Roque. Análise de conteúdo. *Revista Educação*, Porto Alegre, Vol. 22, No. 37, p. 7-32, 1999.



MODALIDADE
DE BOLSA

BIC