



<b>Evento</b>	Salão UFRGS 2013: SIC - XXV SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
<b>Ano</b>	2013
<b>Local</b>	Porto Alegre - RS
<b>Título</b>	Estudo de benchmarking em sistemas de gestão da inovação
<b>Autor</b>	JULIANA SASSI
<b>Orientador</b>	JOSE LUIS DUARTE RIBEIRO

No atual contexto econômico, a competitividade entre as empresas continua crescendo. Por essa razão, para obter lucros e seguir no mercado, as empresas necessitam cuidar de cada detalhe dos produtos e serviços que oferecem. 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. Durante essa etapa da pesquisa, foi utilizado 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. Nesse questionário foram obtidas informações como: qual o conceito de inovação para a empresa, quais os indicadores que as empresas utilizam para medir a inovação, que tipos de ações são utilizados para incentivar a inovação e como é tratada a questão da propriedade intelectual no processo de gestão da inovação. A partir das respostas, 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 a realização de seminários e eventos que divulgam conceitos de inovação; e (iv) a propriedade intelectual usualmente é de posse das empresas, que ficam como donas exclusivas das patentes geradas. Esses resultados irão contribuir para o estabelecimento do sistema de gestão da inovação na empresa em estudo.