

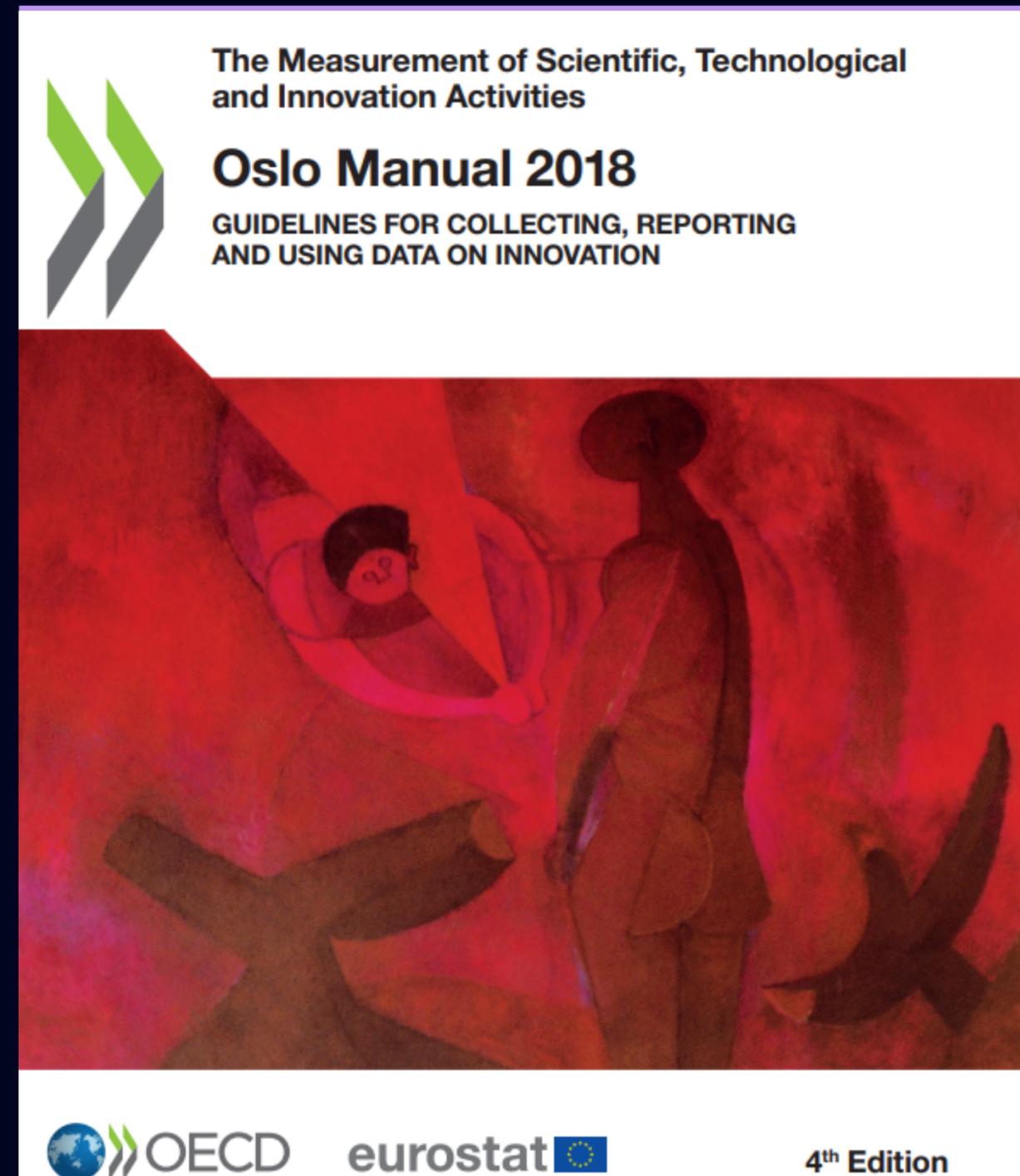
CAPÍTULO 03

MANUAL DE OSLO 2018

DIRETRIZES PARA COLETA, RELATÓRIO E
USANDO DADOS SOBRE INOVAÇÃO

CONCEITOS E DEFINIÇÕES PARA MEDIR A INOVAÇÃO EMPRESARIAL

- Este capítulo fornece um conjunto de definições para orientar pesquisas estatísticas de inovação no setor empresarial, incluindo uma taxonomia para diferentes tipos de inovação;
- O objetivo das definições e orientações complementares deste capítulo é facilitar a coleta e o relato de dados comparáveis sobre inovação e atividades relacionadas para empresas em diferentes países e setores e para empresas de diferentes tamanhos e estruturas;
- O capítulo termina com recomendações sobre o uso de definições em pesquisas.



INOVAÇÃO NO SETOR EMPRESARIAL

Este capítulo concentra-se no conceito de inovação e fornece definições resumidas para inovação e para diferentes tipos de inovação. Cada definição é seguida por detalhes adicionais sobre a interpretação da definição

"As atividades de inovação incluem todas as atividades de desenvolvimento, financeiras e comerciais realizadas por uma empresa que se destinam a resultar em uma inovação para a empresa."

"Uma inovação de negócios é um produto ou processo de negócios novo ou aprimorado (ou combinação deles) que difere significativamente dos produtos ou processos de negócios anteriores da empresa e que foi introduzido no mercado ou colocado em uso pela empresa."

"O requisito mínimo para uma inovação é que o produto ou processo de negócio tenha uma ou mais características que sejam significativamente diferentes daquelas contidas nos produtos ou processos de negócio anteriormente oferecidos ou utilizados pela empresa."

INOVAÇÃO NO SETOR EMPRESARIAL

- O conceito de diferença “significativa” exclui pequenas alterações ou melhorias. No entanto, a fronteira entre uma mudança que é uma inovação e uma que não é uma inovação é inevitavelmente subjetiva porque é relativa ao contexto, capacidades e requisitos de cada empresa;
- A definição não exige que uma inovação seja um sucesso comercial, financeiro ou estratégico no momento da medição. Uma inovação de produto pode falhar comercialmente ou uma inovação de processo de negócios pode exigir mais tempo para atingir seus objetivos;
- A definição de uma inovação não exige que ela tenha um valor positivo para a sociedade ou um benefício positivo para a empresa. Uma inovação também pode resultar em problemas de segurança, saúde ou meio ambiente;
- Por outro lado, uma inovação não necessariamente melhora a posição de mercado ou o desempenho financeiro da empresa quando seus usuários se beneficiam dela.

TAXONOMIAS DA INOVAÇÃO

- Existem dois tipos principais de inovação por objeto: inovações que alteram os produtos da empresa (inovações de produto) e inovações que alteram os processos de negócios da empresa (inovações de processos de negócios):

"Uma inovação de produto é um bem ou serviço novo ou melhorado que difere significativamente dos bens ou serviços anteriores da empresa e que foi introduzido no mercado."

"Uma inovação de processo de negócios é um processo de negócios novo ou aprimorado para uma ou mais funções de negócios que difere significativamente dos processos de negócios anteriores da empresa e que foi colocado em uso na empresa."

TAXONOMIAS DA INOVAÇÃO

CATEGORIAS FUNCIONAIS PARA IDENTIFICAR O TIPO DE INOVAÇÃO DE PROCESSOS DE NEGÓCIOS

Curto prazo	Detalhes e subcategorias
1. Produção de bens ou serviços	Atividades que transformam insumos em bens ou serviços, incluindo engenharia e testes técnicos relacionados, atividades de análise e certificação para apoiar a produção.
2. Distribuição e logística	Esta função inclui: a) transporte e prestação de serviços b) armazenagem c) processamento de pedidos.
3. Marketing e vendas	Esta função inclui: a) métodos de marketing, incluindo publicidade (promoção e colocação de produtos, embalagem de produtos), marketing direto (telemarketing), exposições e feiras, pesquisa de mercado e outras atividades para desenvolver novos mercados b) estratégias e métodos de preços c) atividades de vendas e pós-venda , incluindo help desks, outras atividades de suporte ao cliente e relacionamento com o cliente.

- Para coleta de dados, algumas funções podem ser combinadas em um único item ou desagregadas. Por exemplo, as funções 1 e 6 podem ser combinadas em uma única função que inclui tanto as atividades de produção quanto o desenvolvimento de produtos e processos de negócios. As funções 3 e 5 podem ser ainda mais desagregadas para facilitar a comparação com as definições de inovação organizacional e de marketing na terceira edição do manual (consulte a próxima seção para obter detalhes).

TAXONOMIAS DA INOVAÇÃO

<p>4. Sistemas de informação e comunicação</p>	<p>A manutenção e disponibilização de sistemas de informação e comunicação, incluindo:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) hardware e software b) processamento de dados e banco de dados c) manutenção e reparo d) hospedagem na web e outras atividades de informações relacionadas a computadores. <p>Essas funções podem ser fornecidas em uma divisão separada ou em divisões responsáveis por outras funções.</p>
<p>5. Administração e gestão</p>	<p>Esta função inclui:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) gestão estratégica e geral do negócio (tomada de decisão multifuncional), incluindo a organização de responsabilidades de trabalho b) governança corporativa (jurídico, planejamento e relações públicas) c) contabilidade, auditoria, pagamentos e outras atividades financeiras ou de seguros d) gestão de recursos humanos (formação e educação, recrutamento de pessoal, organização do local de trabalho, fornecimento de pessoal temporário, gestão da folha de pagamento, assistência médica e de saúde) e) compras f) gestão de relacionamentos externos com fornecedores, alianças, etc.
<p>6. Desenvolvimento de produtos e processos de negócios</p>	<p>Atividades para definir o escopo, identificar, desenvolver ou adaptar produtos ou processos de negócios de uma empresa. Essa função pode ser realizada de forma sistemática ou ad hoc, e ser realizada dentro da empresa ou obtida de fontes externas. A responsabilidade por essas atividades pode estar dentro de uma divisão separada ou em divisões responsáveis por outras funções, por exemplo, produção de bens ou serviços.</p>

Fonte: Adaptado de Brown (2008), "Processos de negócios e funções de negócios: uma nova maneira de olhar para o emprego", www.bls.gov/mlr/2008/12/art3full.pdf e Eurostat (2018), Glossário de Termos Estatísticos, http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Business_functions.

COMPARAÇÃO DOS TIPOS DE INOVAÇÃO COM A EDIÇÃO ANTERIOR DO MANUAL DE OSLO

OM3	Subcomponentes OM3	OM41	Diferenças
produtos	Bens Serviços	Bens Serviços Bens e serviços incluem produtos de captura de conhecimento e suas combinações. Inclui as características de design de bens e serviços.	Inclusão de características de design de produto, que foram incluídas em inovação de marketing no OM3.
Processo	Produção Entrega e logística Serviços auxiliares, incluindo compras, contabilidade e serviços de TIC	Produção Distribuição e logística Sistemas de informação e comunicação	Os serviços auxiliares no OM3 passaram para administração e gerenciamento.

COMPARAÇÃO DOS TIPOS DE INOVAÇÃO COM A EDIÇÃO ANTERIOR DO MANUAL DE OSLO

Práticas de negócios organizacionais	<p>Organização do local de trabalho (distribuição de responsabilidades)</p> <p>Relações externas</p>	Administração e gestão	<p>As inovações organizacionais em <i>OM3</i> estão sob as subcategorias a, b e f de gestão nesta edição do manual.</p> <p>Os serviços auxiliares de administração e gestão (subcategorias c, d e e) foram incluídos na inovação de processos no <i>OM3</i>.</p>
Marketing	<p>Projeto de produtos</p> <p>Colocação e embalagem do produto</p> <p>Promoção do produto</p> <p>Preços</p>	Suporte de marketing, vendas e pós-venda	<p>As inovações de marketing no <i>OM3</i> estão incluídas nas subcategorias aeb deste manual.</p> <p>Inovações em vendas, serviços pós-venda e outras funções de suporte ao cliente não foram incluídas no <i>OM3</i>.</p> <p>As inovações relacionadas ao design do produto estão incluídas em inovação de produto neste manual.</p>
N / D	N / D	Desenvolvimento de produtos e processos de negócios	Não considerado explicitamente no <i>OM3</i> , a maioria provavelmente relatado como inovação de processo.

- **Existem três tipos de inovações abrangentes no modelo de negócios em empresas existentes:**
 - **(i) uma empresa estende seus negócios para incluir tipos completamente novos de produtos e mercados que exigem novos processos de negócios para serem entregues;**
 - **(ii) uma empresa cessa suas atividades anteriores e entra em novos tipos de produtos e mercados que exigem novos processos de negócios;**
 - **(iii) uma empresa muda o modelo de negócios para seus produtos existentes, por exemplo, muda para um modelo digital com novos processos de negócios para produção e entrega e o produto muda de um bem tangível para um serviço de captura de conhecimento.**
- **Inovações abrangentes de modelos de negócios são de maior interesse porque podem ter efeitos substanciais nas cadeias de suprimentos e na produção econômica, transformando mercados e potencialmente criando novos. Eles podem influenciar como uma empresa cria utilidade para os usuários (inovação de produto) e como os produtos são produzidos, levados ao mercado ou precificados (inovações de processos de negócios).**

TIPOS DE INOVAÇÃO DE ACORDO COM NOVIDADE E IMPACTOS

- Medidas alternativas de novidade, “inovação” e impactos econômicos que são adequadas para os períodos de observação da pesquisa incluem:
 1. Se uma inovação é nova apenas para a empresa, nova para o mercado da empresa ou nova para o mundo:
 - A primeira e mais amplamente utilizada abordagem é determinar a novidade das inovações de uma empresa (ou pelo menos uma de suas inovações) em comparação com o estado da arte no mercado ou setor em que a empresa opera;
 2. A expectativa da empresa sobre o potencial de transformar o mercado em que opera:
 - Uma empresa pode atender um único mercado (se oferecer apenas um tipo de produto) ou vários mercados (se oferecer diferentes tipos de produtos);
 3. A expectativa da empresa quanto ao potencial para melhorar sua competitividade:
 - Um mercado pode ser restrito geograficamente (se uma empresa atende apenas clientes em regiões específicas) ou pode ser global. Uma empresa pode vender seus produtos diretamente em mercados locais, regionais, nacionais ou internacionais ou por meio de intermediários.

"A inovação também pode criar novos mercados, o que pode permitir que a empresa inovadora se beneficie de preços de monopólio por um determinado período de tempo."

MUDANÇAS QUE NÃO SÃO INOVAÇÕES

- Esta seção discute as mudanças que não são uma inovação ou que só podem ser consideradas uma inovação se condições específicas forem atendidas. Os princípios básicos são aqueles apresentados anteriormente na seção 3.2, a saber, que uma inovação deve ter sido implementada e deve ser significativamente diferente dos produtos ou processos de negócios anteriores da empresa

- *Alterações ou atualizações de rotina por si só não representam inovações de produto;*
- *A simples substituição ou extensão de capital não é uma inovação;*
- *As introduções de produtos que envolvem apenas **pequenas alterações estéticas**, como uma mudança na cor ou uma pequena alteração na forma, não atendem ao requisito de uma “diferença significativa” e, portanto, não são inovações de produto;*
- *As empresas envolvidas na **produção por encomenda** fabricam bens ou serviços únicos e muitas vezes complexos para venda no mercado, a menos que o item único exiba atributos significativamente diferentes dos produtos que a empresa fabricou anteriormente, não é uma inovação de produto;*
- Um **conceito, protótipo ou modelo anunciado de um produto que ainda não existe** em geral, não é uma inovação de produto porque não atende aos requisitos de implementação;
- Se o produto de conhecimento atende aos requisitos de novidade e significância para ser considerado uma inovação de produto, um produto de conhecimento pode ser considerado aprovado no teste de implementação se tiver sido vendido no mercado por uma empresa para outra parte ou partes;
- Os **resultados de empresas de serviços criativos e profissionais**, como relatórios para clientes, livros ou filmes, não são, por padrão, uma inovação para as empresas que os desenvolvem.

MUDANÇAS QUE NÃO SÃO INOVAÇÕES

- *As ações das empresas de varejo, atacado, transporte e armazenamento e serviços pessoais para **ampliar a gama de produtos manuseados ou oferecidos aos clientes** só são uma inovação se a extensão requer mudanças significativas por parte da empresa em seus processos de negócios;*
- *As **atividades de empresas recém-criadas** (a maioria das quais são empresas de serviços) apresentam uma fonte potencial de confusão com relação à definição básica de inovação porque por um período de tempo, uma nova empresa não terá produtos ou processos de negócios anteriores para comparação. Neste caso, o grupo de comparação é o que está disponível no mercado relevante;*
- *Os entrevistados de novas empresas podem ver todos os seus produtos ou processos de negócios como inovações. Consequentemente, pode ser necessário fornecer resultados separados para empresas recém-criadas, como startups. Além disso, valeria a pena que pesquisas especializadas de empresas iniciantes experimentassem medir a novidade de produtos e processos de negócios;*
- *Na ausência de qualificação adicional, **fusões ou aquisição de outras empresas** não são inovações de processos de negócios por si só;*
- ***Deixar de usar um processo de negócio, deixar de terceirizar um processo de negócio ou retirar um produto do mercado** não são inovações;*
- *É improvável que **uma mudança devido a preços de fatores determinados externamente** represente uma inovação;*
- *A formulação de uma **nova estratégia corporativa ou gerencial** não é uma inovação se não for implementada. Além disso, uma **mudança em um processo de negócios** não é uma inovação se já estiver em uso de forma idêntica em outras divisões da empresa.*

INOVAÇÃO E PERFIL DE NEGÓCIOS

Empresas inovadoras e ativas em inovação

- Durante o período de observação, qualquer atividade de inovação da empresa pode:
 - **Resultar em uma inovação:** A atividade de inovação pode, conseqüentemente, cessar durante o período de observação após a implementação ou ainda pode estar em andamento se for realizada para outros projetos de inovação;
 - **Seja contínuo sem inovação:** O trabalho ainda pode estar em andamento e de acordo com o planejado, ou atrasado devido a vários motivos, como dificuldades técnicas ou falta de experiência ou financiamento;
 - Ser abortado, descontinuado ou colocado em espera, por exemplo, quando as atividades para desenvolver uma inovação são interrompidas antes da implementação.

"O status de inovação de uma empresa é definido com base em seu envolvimento em atividades de inovação e na introdução de uma ou mais inovações durante o período de observação de um exercício de coleta de dados."

INOVAÇÃO E PERFIL DE NEGÓCIOS

Empresas inovadoras e ativas em inovação

A empresa tem atividades de inovação no período de observação		
	Sim	Não
A empresa tem pelo menos uma inovação no período de observação.	Sim A empresa tem uma ou mais inovações e está portanto, uma empresa inovadora. As atividades de inovação podem ser contínuas, suspensas, concluídas ou abandonadas.	Pode ocorrer se todo o trabalho para introduzir uma inovação for realizado antes do período de observação.
	Não A empresa é ativa em inovação, mas não introduziu uma inovação, embora possa fazê-lo no futuro.	A empresa não está engajada em inovação atividades e não introduziu nenhuma inovação na observação período.

- As combinações na tabela acima resultam em três definições centrais que se aplicam às empresas:

- Uma empresa inovadora relata uma ou mais inovações dentro do período de observação. Isso se aplica igualmente a uma empresa que é individual ou conjuntamente responsável por uma inovação;

- Uma empresa não inovadora relata nenhuma inovação dentro do período de observação;

- Uma empresa ativa em inovação está envolvida em algum momento durante o período de observação em uma ou mais atividades para desenvolver ou implementar produtos ou processos de negócios novos ou aprimorados para um uso pretendido. Tanto as empresas inovadoras quanto as não inovadoras podem ser ativas em inovação durante um período de observação.

USO DE DEFINIÇÕES DE INOVAÇÃO NA COLETA DE DADOS

Uso do termo “inovação” em pesquisas

Uma pesquisa de inovação pode ser projetada para nunca usar o termo “inovação” para evitar conflitos entre a definição formal de uma inovação e o próprio entendimento de cada entrevistado.

"Perfis de inovação"

As informações sobre o status de inovação das empresas podem ser combinadas com outras informações sobre inovação, atividades de inovação (consulte o Capítulo 4) ou a divisão do esforço de inovação (ver Capítulo 5) para produzir indicadores para a novidade das inovações e a capacidade de inovação de cada empresa. Esses indicadores podem ser agregados para produzir perfis de inovação para empresas por setor, categoria de tamanho de empresa ou país.

"Prioridades para coleta de dados sobre inovações"

Os dados sobre cada tipo de inovação principal por objeto (produto e processo de negócios) podem ser coletados por meio de uma única pergunta para cada tipo, mas é útil para a interpretação incluir perguntas adicionais sobre os dois tipos de inovações de produto e os seis tipos de inovações de processo de negócios.

USO DE DEFINIÇÕES DE INOVAÇÃO NA COLETA DE DADOS

- A coleta de dados sobre características de inovação e novidade é recomendada para criar perfis de inovação que classifiquem as empresas de acordo com as características de suas inovações e esforços de inovação. Questões relevantes para a construção de perfis incluem:

- Os diferentes níveis de novidade de inovação, conforme subseção 3.3.2;*
- As características das inovações de produto, incluindo design, conforme subseção 3.3.1;*
- O papel de terceiros no desenvolvimento e implementação de inovações, conforme subseção 3.2.2 e Capítulo 5;*
- A existência de atividades de inovação em andamento ou descontinuadas, conforme item 3.5.1.*

"O conceito de novidade é aplicável tanto a inovações de produtos quanto de processos de negócios, mas as questões sobre novidades provavelmente serão mais fáceis para os gerentes responderem sobre inovações de produtos."

REFERÊNCIAS

Ideia, criatividade e inovação: as diferenças e o processo de ideação dentro das organizações, 2021. Disponível em: <<https://neventures.global/inovacao/ideia-criatividade-inovacao/>>. Acesso em 29 ago. de 2022.

Conheça 5 novos instrumentos de fomento à inovação no Brasil, 2020. Disponível em: <<https://anpei.org.br/novos-instrumentos-de-fomento-inovacao-brasil/>>. Acesso em 29 de ago. 2022.

Pensamento #4 – Fechado para novas ideias, 2014. Disponível em: <<https://www.universal.org/renato-cardoso/post/pensamento-4-fechado-para-novas-ideias/>>. Acesso em 29 ago. de 2022.

DECISÃO: Incabível revisão de prova quando não demonstrada a existência de irregularidade no edital ou erro material, 2018. Disponível em: <<https://portal.trf1.jus.br/portaltrf1/comunicacao-social/imprensa/noticias/decisao-incabivel-revisao-de-prova-quando-nao-demonstrada-a-existencia-de-irregularidade-no-edital-ou-erro-material.htm>>. Acesso em: 30 ago. 2022.

OECD/Eurostat (2018), Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing, Paris/Eurostat, Luxembourg. Disponível em: <<https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>>. Acesso em: 31 ago. 2022.

MUITO OBRIIGADO

MANUAL DE OSLO