
PROGRAMA INOVA TALENTOS COMO FONTE DE INOVAÇÃO NAS EMPRESAS ALAGOANAS

Autores:

Eliana Maria de Oliveira Sá¹

Maria Edvânia Melo dos Santos²

RESUMO

Numa abordagem qualitativa, este artigo aborda duas nuances relevantes na prática da inovação: a interação entre governo, academia e setor produtivo; e a capacitação de talentos para estimular e conduzir projetos inovadores nas empresas a partir da experiência do Programa Inova Talentos que objetiva ampliar o número de profissionais qualificados em atividades de inovação, como forma de manter a indústria competitiva, diversificada e inovadora. São apresentados um panorama geral do Programa em nível nacional e os dados referentes aos resultados das empresas alagoanas, especificamente no que se refere ao número de editais atendidos, de empresas participantes; de projetos aprovados e suas situações e aos principais benefícios para as empresas contempladas.

Palavras-chave: Inovação; Gestão de talentos; Competitividade.

INTRODUÇÃO

O conceito de inovação vem sendo desmistificado ao longo dos anos, na medida em que esta se consolida e aumenta sua importância na busca das nações pela competitividade e pela inserção internacional como forma de alcançar o almejado desenvolvimento sustentável. Pode-se dizer que os vários conceitos, com pequenas, mas, às vezes, substanciais diferenças apontam sempre para uma mesma compreensão do tema: o novo, adicionando valor e gerando riqueza.

Na sua acepção mais ampla, distinta do senso comum que, de forma metonímica, a correlaciona à inovação tecnológica, a inovação tem adquirido *status* de condição *sine qua non* para dar sustentabilidade ao desenvolvimento de regiões e nações. A lógica da inovação permite que países, regiões, universidades, empresas se diferenciem em relação aos demais *players* mundiais pelo seu potencial de geração de inovação, aumentando sua possibilidade de sucesso no

¹ Professora do Curso de Administração Facima; Coordenadora do Núcleo de Inovação e Pesquisa do Instituto Euvaldo Lodi – IEL/AL.

² Aluna Egressa do Curso de Administração da Facima; Técnica do Programa Inova Talentos do Instituto Euvaldo Lodi – IEL/AL.

acesso a mercados e, conseqüentemente, portando desenvolvimento ao seu entorno, e se destaca no âmbito mundial como principal elemento na estratégia de inserção competitiva das nações no mercado globalizado.

No Brasil das últimas décadas, na busca por um desenvolvimento sustentável que estabeleça as bases mínimas para uma sociedade mais equânime, a inovação ganha força a partir dos anos iniciais do novo século, em especial por meio das políticas industriais e de comércio exterior: a Política Industrial, Tecnológica e de Comércio Exterior (PITCE), formulada em novembro de 2003, anunciada em março de 2004 e vigente até 2008; a Política de Desenvolvimento Produtivo (PDP) (2008-2011), e a política vigente, denominada Plano Brasil Maior, lançada em agosto de 2011. Em abril de 2016 foi anunciado um reforço à política industrial, o Plano Brasil Mais Produtivo, que objetiva aumentar em pelo menos 20% a produtividade das pequenas e médias indústrias participantes utilizando os conceitos da manufatura enxuta e, apesar de não focar diretamente na inovação, organiza a empresa e facilita sua preparação para os processos inovadores.

Estudos sob conceitos e tipos de inovação, baseados em Schumpeter (1982,1984) e universalizados nas várias versões do Manual de Oslo (OCDE, 2005), se complementam com a lógica sistêmica da inovação, tendo como principais expoentes Lundval (1992), Freeman (1987) e Nelson (1993), e com a teoria da hélice tripla, de Etzkowitz (2009). Dimensões regionais e nacionais da inovação, com abordagens sobre a capacidade local de inovação (CARVALHO, 2009), se entrelaçam com as necessidades prementes das empresas por metodologias de gestão da inovação.

Na prática, ao lidar com empresas, *locus* por natureza e por definição da geração de inovação, percebe-se a urgência de que o tema esteja integrado à estratégia empresarial ou, como se costuma dizer, que faça parte do seu DNA.

A Confederação Nacional da Indústria (CNI), imbuída do seu papel de legítima representante do segmento industrial brasileiro, tem se mostrado sintonizada com as políticas nacionais e as tendências mundiais que apontam a inovação como instrumento chave no processo de crescimento dos países. Sua atuação contempla temas que percorrem desde as questões das tecnologias industriais básicas até as nuances da propriedade intelectual, abrangendo os

principais pontos que influenciam na criação de ambientes de inovação. Nesse sentido, impossível não notar a força de sua atuação junto às instâncias governamentais, defendendo os interesses da indústria e o desenvolvimento do país. Já em 2007, numa demonstração de sintonia em relação aos rumos que o Brasil tomaria na questão da inovação, a CNI lançou o documento “Inovar para Crescer – uma proposta para acelerar o desenvolvimento tecnológico da indústria brasileira”. Quatro anos depois, o Plano Brasil Maior adota como lema “Inovar para competir. Competir para Crescer”, numa clara convergência que, em termos de fortalecimento do ambiente de inovação num país com dimensões continentais e, conseqüentemente, realidades tão heterogêneas, pode ser extremamente frutífera.

A atuação da CNI em prol da causa da inovação no Brasil tem crescido no decorrer dos anos e se evidencia nas ações das quatro casas que compõem o Sistema Indústria, a saber, a própria CNI e as Federações estaduais de indústrias, o Serviço Social da Indústria (Sesi), o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai) e o Instituto Euvaldo Lodi (IEL) nacionais e seus departamentos regionais. Para citar apenas as iniciativas mais recentes no tema, pode-se elencar: a Mobilização Empresarial pela Inovação³ (MEI), o Edital SENAI-SESI de Inovação⁴, e o Programa Inova Talentos, do IEL, foco deste artigo.

Assim, *aldirà* das correntes teóricas que amparam o tema, este artigo aborda duas nuances relevantes na prática da inovação: a interação entre governo, academia e setor produtivo; e a capacitação de talentos para estimular e conduzir projetos inovadores nas empresas, a partir da experiência do Programa Inova Talentos.

Este artigo foi desenhado para contemplar, além desta introdução, uma seção que retrata as principais correntes teóricas sobre o tema da inovação, dando voz aos autores de referência. O percurso metodológico transcorrido para a elaboração deste artigo é delineado na seção 03. Na seção 04 o Programa Inova Talentos é

³ É um “movimento que visa estimular a estratégia inovadora das empresas brasileiras e ampliar a efetividade das políticas de apoio à inovação por meio da interlocução construtiva e duradoura entre a iniciativa privada e o setor público. Fonte: <<http://www.portaldaindustria.com.br/cni/canal/mobilizacao-empresarial-inovacao-home/>>. Acesso em: 27 de mai. 2016.

⁴ É uma iniciativa que valoriza a prática da inovação, financiando o desenvolvimento de novos produtos, processos e serviços inovadores em empresas industriais de todos os portes e startups de base tecnológica. Disponível em: <<http://www.portaldaindustria.com.br/senai/canais/edital-senai-sesi-de-inovacao/edital-2016/o-que-e/>>. Acesso em: 27 de mai. 2016.

desvendado, contextualizado e caracterizado, e seus resultados em Alagoas são apresentados na seção 05. Para finalizar, à guisa de conclusão, foram elaborados alguns apontamentos que trazem reflexões sobre a aplicação do programa, pontos de atenção e sugestões para as próximas edições.

1 PERSPECTIVA CONCEITUAL

Inicialmente serão apresentados, a partir de uma base originariamente proposta por Schumpeter⁵, as várias definições de inovação que se disseminaram no tempo e no espaço. Isto é, independentemente das várias nuances enfatizadas nos conceitos dominantes na literatura relativa ao tema, pode-se observar a influência da obra schumpeteriana na raiz de todos eles, com maior ou menor intensidade. Serão ainda enfocados aspectos pertinentes ao estudo da inovação, como: tipologia da inovação, sistemas de inovação e capacidade inovadora local.

1.1 Conceitos de inovação

O termo inovação, pela amplitude de seu significado, assume diferentes sentidos, de acordo com o contexto em que se encontra. De forma usual, muitas vezes o conceito de inovação se confunde com o tipo de inovação a qual se refere. Essas várias formas de inovar existentes facilitaram a proliferação de uma multiplicidade de conceitos.

A primeira referência da qual não se pode prescindir em um trabalho sobre inovação é o austríaco Joseph Alois Schumpeter, considerado um dos maiores economistas do século XX. Sua mais famosa intervenção na economia é a chamada “Teoria da Destruição Criativa”, onde afirma que o que impulsiona o sistema capitalista a progredir são as grandes inovações ocorridas na sua estrutura econômica. Isto é, firmas, tecnologias e produtos novos substituem os antigos.

⁵Foi um dos maiores economistas do século 20. Ele é mais famoso por sua teoria da “destruição criativa” – que sustenta que o sistema capitalista progride por revolucionar constantemente sua estrutura econômica: novas firmas, novas tecnologias e novos produtos substituem constantemente os antigos. Como a inovação acontece aos trancos e barrancos, a economia capitalista está, de forma natural e saudável, sujeita a ciclos de crescimento e implosão (SKIDELSKY, ROBERT (2007) – Fonte: <<http://blog.controversia.com.br/2007/12/02/quemfoi-joseph-schumpeter-o-teorico-da-destruicao-criativa/>>. Acesso em: 20 de Fev. 2011.

Dessa forma, a economia capitalista oscila entre ciclos de crescimento e estagnação, à mercê das inovações surgidas.

A destruição criativa seria o processo de substituição de empresas que produzem num paradigma que não mais atende às demandas do mercado por empresas inovadoras.

A clareza com relação à importância da inovação para o desenvolvimento das nações é contumaz e permeia toda a obra de Schumpeter. Para ele, o desenvolvimento econômico de um país ocorre sustentado por três pilares: as inovações, o crédito bancário e o empresário inovador. Esse empresário inovador dispõe de características, valores e modo de agir que o diferencia dos empresários comuns e, tal como descrito por Schumpeter, influenciou vários teóricos na definição do termo “empreendedor”.

De acordo com Schumpeter o processo inovador consiste em produzir outras coisas, ou as mesmas coisas de outra maneira, combinando diferentemente materiais e forças disponíveis de forma que sejam absorvidos pelo mercado e gerem lucro. Esse processo percorre três etapas: invenção – resultado do processo de descoberta que ainda não foi inserido no mercado; inovação – é a invenção que é absorvida pelo mercado; e difusão – se trata da expansão comercial da inovação e o desenvolvimento de novos produtos e processos.

Seguindo o pensamento Schumpeteriano a inovação se dá:

- pela aquisição de novos equipamentos em um novo processo de produção ou pela comercialização de um produto novo adquirido de outra empresa – numa aproximação como que hoje é conhecido como “*open innovation*”⁶;
- pela comercialização de novos produtos ou pela implantação de novos processos desenvolvidos internamente. Traduzindo: pesquisa e desenvolvimento (P&D) interno.

Abaixo serão apresentadas algumas definições para o termo “inovação”, garimpadas na obra de autores importantes e nas publicações de algumas

⁶ Inovação aberta: conceito apresentado por Henry Chesbrough em 2003. Baseia-se na ideia de que as empresas otimizariam seus recursos se utilizassem caminhos internos e externos na geração de inovação. Disponível (parcialmente) em: <http://www.amazon.com/dp/1422102831?tag=openinnovatio-20&camp=14573&creative=327641&linkCode=as1&creativeASIN=1422102831&adid=1A3FNJSBSF04VD8QD36A&#reader_1422102831>. Acesso em: 20 de jan. 2012).

instituições. A primeira dela, como não poderia deixar de ser, encontra-se no Manual de Oslo, que se propõe a ser a obra mundial de referência sobre o tema.

Objetivando orientar e padronizar conceitos, metodologias e construção de estatísticas e indicadores de P&D a Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE), lançou o Manual de Oslo – Proposta de Diretrizes para Coleta e Interpretação de Dados sobre Inovação Tecnológica. Reúne definições relacionadas ao tema da inovação aceitas internacionalmente e que servem para referenciar o presente estudo. Foi lançado em 1990 mas, só em 2004, a Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP), do Ministério de Ciência e Tecnologia (MCT), produziu a primeira tradução do Manual para o Português. A criação do Manual de Oslo favoreceu a uniformização dos vários conceitos relacionados à inovação, servindo como instrumento de referência. De acordo com o Manual, 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 (OCDE, 2005a, p. 46).

Na lei brasileira de inovação (Lei nº.10.973, de 02 de dezembro de 2004), a inovação é definida como sendo a “introdução de novidade ou aperfeiçoamento no ambiente produtivo ou social que resulte em novos produtos, processos ou serviços” (BRASIL, 2004).

O conceito de inovação, no entanto, possui variados formatos, a partir das diferentes visões e recortes adotados pelos autores que se debruçam sobre o tema. É interessante verificar como Edquist (1997), após tratar dessa diversidade e da maior ou menor amplitude que o termo pode adquirir, faz uma conclusão que os diferentes significados não são necessariamente problemáticos, visto que as definições e as distinções analíticas não são necessariamente certas ou erradas, mas devem ser adequadas aos propósitos a que se destinam.

Assim, para Kim (2005, p. 30), “o termo ‘inovação’ é definido como atividade pioneira, baseada principalmente nas competências internas de uma empresa de desenvolver e introduzir um novo produto no mercado”. Retomando os pressupostos

da teoria schumpeteriana, Kim ressalta que, enquanto a inovação pode ser considerada a comercialização de um invento, a imitação pode ser entendida como a difusão dessa inovação. Para Kanter, Kao & Wiersema (1998, p. 35) “inovação é o processo de trazer novas ideias para o uso produtivo” e que “o segredo é construir a ponte entre a ideia e a viabilidade comercial”.

Etzkowitz (2009, p. 05) ressalta que “A inovação, a reconfiguração de elementos em uma combinação mais produtiva, toma um significado ainda mais amplo nas sociedades cada vez mais fundamentadas no conhecimento”.

A CNI considera que “Inovação envolve novos produtos e processos, formas novas de comercializar, de transformar o relacionamento com clientes e fornecedores, de organizar a produção e de novos serviços que agregam valor” (CNI, 2010, p. 165). Carvalho (2009, p. 05) define como inovação “uma invenção que venceu vários riscos associados, tanto tecnológicos como de mercado, e chegou ao mercado, gerando valor para os *stakeholders* envolvidos”. Aranha (2009) agrega outro aspecto de relevante importância para o estabelecimento da cultura da inovação, que é o processo de aprender como instrumento de mudança, instigando a curiosidade ante a necessidade de romper paradigmas e mostrar que se pode fazer diferente.

Dentro de uma conotação inclusiva capaz de representar sistemas inovativos com maturidades variadas o BID (2010) utiliza um conceito que evita deliberadamente a expressão “novo conhecimento ou informação”, e considera a inovação como sendo uma “iniciativa de utilizar conhecimentos e informações adicionais para modificar a inserção da empresa no mercado”. Nessa definição privilegia-se o uso original do conhecimento ou da informação existente, como elemento central do processo de inovação.

Simantob e Lippi (2003) sustentam quer “inovar é ter uma ideia que seus concorrentes ainda não tiveram e implantá-la com sucesso. A inovação faz parte da estratégia das empresas: seu foco é o desempenho econômico e a criação de valor”.

Para concluir, a FIGURA 1 retrata o pensamento de especialistas sobre o conceito de inovação.

Figura1: Autores importantes e suas percepções sobre inovação



Fonte: Adaptado pelas autoras de Simantob e Lippi, 2003.

Considerando que o lócus da investigação será o Estado de Alagoas, será considerada inovação toda e qualquer utilização de conhecimentos e informações, novos ou postos, que resultem em maior competitividade para a empresa.

1.2 Tipos de inovação

A FIGURA 2 representa os tipos de inovação especificados no Manual de Oslo (OCDE, 2005).

Figura2: Tipos de inovação



Fonte: Adaptada pela autora de OCDE, 2005a

Ainda de acordo com OCDE (2005), os tipos de inovação são conceituados da seguinte forma:

- **Inovação de produto:** é a introdução de um bem ou serviço novo ou significativamente melhorado no que concerne a suas características ou usos previstos. Incluem-se melhoramentos significativos em especificações técnicas, componentes e materiais, softwares incorporados, facilidade de uso e outras características funcionais.
- **Inovação de processo:** é a implementação de um método de produção ou distribuição novo ou significativamente melhorado. Incluem-se mudanças significativas em técnicas, equipamentos e/ou softwares.
- **Inovação Organizacional:** 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.
- **Inovação 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.

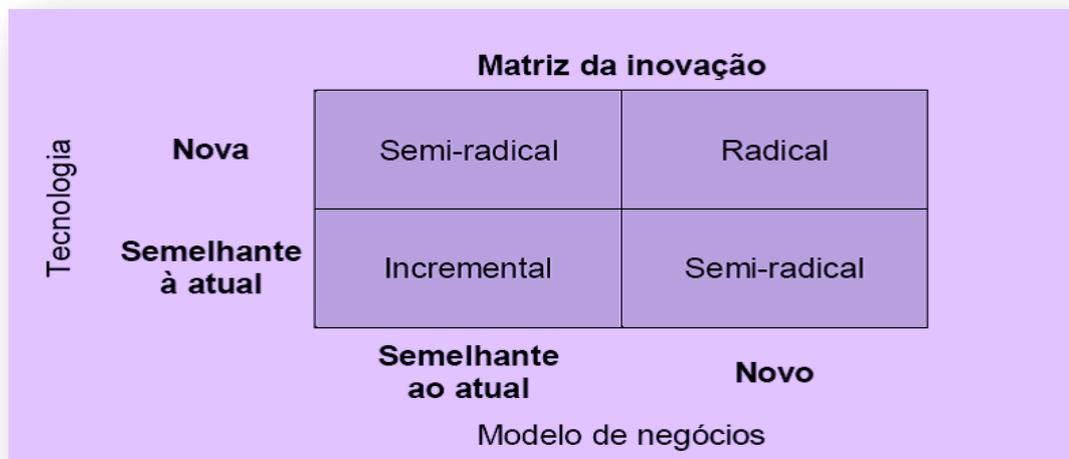
1.3 Grau de inovação

Assim como para o conceito de inovação, existem também variadas tipologias para explicar o grau de novidade de uma inovação. A mais difundida delas é, possivelmente, a classificação adotada por Schumpeter, que considera dois graus de inovação: a radical, aquela que provoca grandes mudanças no mundo, e a incremental que promove o processo de mudança continuamente.

Seguindo a mesma linha de raciocínio, são bastante difusos também os conceitos de inovação de sustentação (*sustainedinnovation*) e inovação de ruptura (*disruptiveinnovation*). A primeira refere-se à melhoria no desempenho de um produto de acordo com os atributos valorizados pelos clientes, enquanto que a segunda implica em criação de novos mercados através da incorporação de novos atributos de valor.

Davila, Epstein e Shelton (2007) em sua Matriz de Inovação mostram que as formas de interação entre a inovação tecnológica e o modelo de negócios – a combinação das duas variáveis considerando sua semelhança com o padrão vigente define o tipo de inovação que é gerada (**FIGURA 3**).

Figura3: Matriz de inovação



Fonte: Davila, Epstein e Shelton (2007, p. 34).

É fundamental, no entanto, desenvolver a compreensão de que esse esforço empresarial precisa ser alocado dentro de um ambiente macro propício para o desenvolvimento da inovação, como isto a seguir.

1.4 Inovação e desenvolvimento regional

O reconhecimento de que o processo de inovação pode ser influenciado por fatores regionais, e que esses fatores diferem muitas vezes substancialmente de região para região, introduz outro aspecto de relativização dos conceitos de inovação. Essa relativização, no entanto, é necessária na medida em que pode subsidiar a criação de políticas a partir da identificação das principais características e dos fatores que promovem a atividade de inovação e o desenvolvimento dos setores em determinada região.

Etzkowitz (2009) defende que a região, na sua forma tradicionalmente conhecida, como entidade geográfica, política ou cultural se transforma no lócus de interação entre universidades, empresas e atores governamentais (Triple Helix). Dessa interação nascem as bases para o desenvolvimento regional. O sucesso de uma região baseada em conhecimento está na capacidade de passar de um paradigma tecnológico para outro sem sofrer grandes impactos, num processo de formação de empresas e de renovação contínua. Essa capacidade é tão maior quanto maior e melhor for a interação entre os atores do tripé universidade-empresa-governo e a formação de empresas é o que move esse ecossistema, dando as condições para criar e atrair novas tecnologias e conceitos de negócios na medida em que eles surgem.

Entretanto, o autor, ao enfatizar as relações entre as instituições que alicerçam o modelo da hélice tríplice e o tipo de arranjo típico dessas regiões altamente concentradoras de conhecimento, evidencia, indiretamente, as razões da existência de regiões menos desenvolvidas e, conseqüentemente, consolida a diferenciação entre as regiões no que se refere relativização do que é inovação para cada região. Dessa forma, pode se dizer que:

- Quanto maior o nível de articulação entre universidades-empresas-governo, mais intensiva em conhecimento é a região e, portanto, maior seu potencial de geração de inovação;

- Quanto mais intensiva em conhecimento é a região, mais rígido é o seu conceito de “inovador” – enquanto que nas regiões ditas “periféricas” o produto ou serviço inovador é aquele que ainda não esteja disponível na localidade.

A assertiva acima justifica, *di per si*, a opção pela adoção de um sentido mais amplo do termo “inovação”, ao tratar do tema em regiões ditas periféricas, como Alagoas.

2 ESTRATÉGIA METODOLÓGICA

Este artigo originou-se da necessidade de sistematizar e analisar os resultados da aplicação do Programa Inova Talentos em Alagoas e apresenta objetivos concretos e concatenados entre si que impõem uma atenção especial na definição de uma metodologia de trabalho que melhor logre êxito em relação ao seu alcance.

Dessa forma, este artigo busca levantar os dados referentes aos resultados das empresas alagoanas nos editais do Programa Inova Talentos, especificamente no que se refere a:

- Editais atendidos;
- Número de empresas participantes;
- Número e situação dos projetos aprovados;
- Principais benefícios gerados.

O processo de definição da estratégia metodológica *vis à vis* o alcance dos objetivos propostos, considerou as colocações de Minayo e Sanches (1993), que entende como mais adequado o método que permite uma construção correta dos dados e ajuda a refletir sobre a teoria, devendo ser apropriado ao objeto da investigação, oferecer elementos teóricos para a análise e ser operacionalmente exequível. Para os autores, o método é o fio condutor que articula teoria e realidade empírica, na busca pelo conhecimento científico.

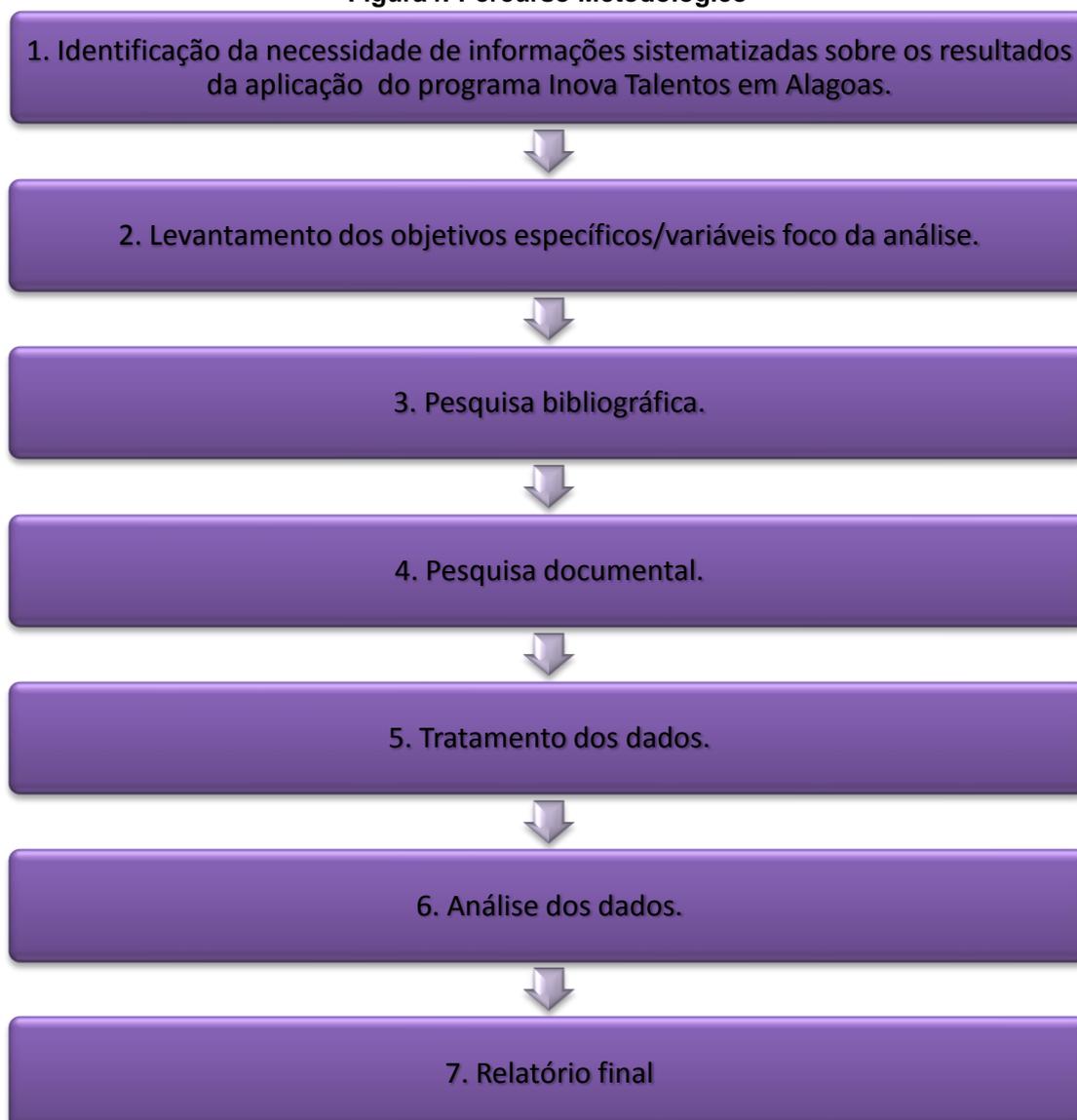
Assim, adotou-se um método de pesquisa qualitativo com características de estudo de caso. Com relação ao propósito, optou-se por um estudo descritivo-exploratório, visto que o mesmo busca “desenhar um quadro de uma situação,

pessoa ou evento, ou mostrar como as coisas estão relacionadas entre si, ao tempo em que buscam explorar o que está acontecendo e fazer perguntas a respeito” (GRAY, 2012, p. 36), convergindo assim com os propósitos deste trabalho.

Foi realizada uma análise documental tendo como foco as peças escritas, arquivos e sites referentes ao Programa Inova Talentos, além de um levantamento bibliográfico que contemplou autores de referência na literatura.

A coleta de dados foi realizada no segundo bimestre de 2016 com base nos vários documentos de divulgação pública do programa. Ouviu-se também a opinião de empresários participantes do programa, por meio de entrevista. A Figura 4 apresenta as etapas metodológicas cumpridas.

Figura4: Percurso Metodológico



Fonte: Elaborada pelas autoras.

3 O PROGRAMA INOVA TALENTOS

O Programa Inova Talentos foi concebido pelo Instituto Euvaldo Lodi (IEL), em parceria com o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e com o Ministério da Ciência Tecnologia e Inovação (MCTI), conforme **FIGURA 5**. É executado pelos regionais do IEL, presentes nos seguintes estados: Acre, Alagoas, Amapá, Amazonas, Espírito Santo, Goiás, Maranhão, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Paraná, Paraíba, Pará, Pernambuco, Piauí, Rio de Janeiro, Rio Grande de Norte, Rio Grande de Sul, Rondônia, Roraima, Santa Catarina, Sergipe, São Paulo e Tocantins.

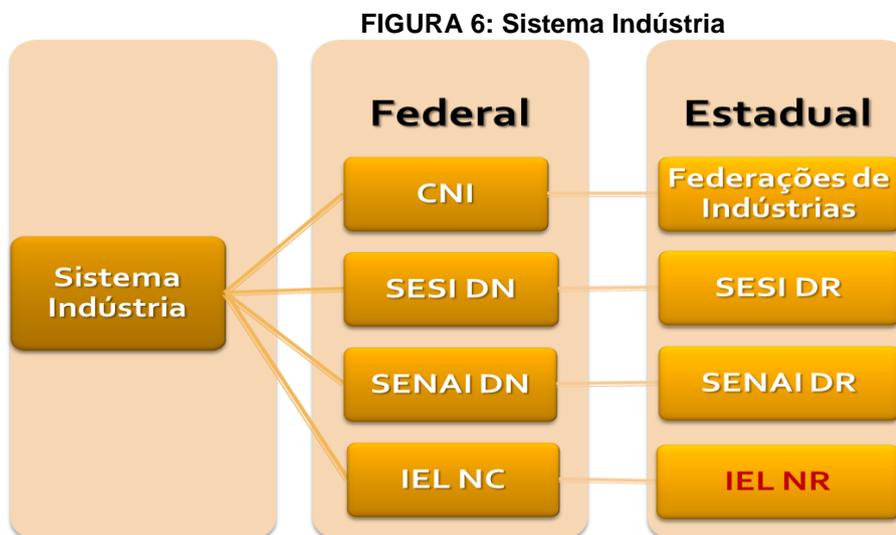
Figura5: Instituições parceiras no Programa Inova Talentos



Fonte: Instituto Euvaldo Lodi – Núcleo Regional de Alagoas (2015)

O IEL possui mais de 46 anos de atuação. Surgiu para fazer a integração entre a indústria e as universidades e tem o compromisso com o aumento da competitividade da indústria brasileira. Atua na gestão empresarial, com ênfase na gestão da inovação e na capacitação de empresas e empresários. Integra o Sistema Indústria juntamente com CNI, Sesi, Senai. Esse sistema, é liderado nacionalmente pela CNI e se reproduz em cada Estado, sob a liderança das Federações de

Indústrias, à exemplo da Federação das Indústrias do Estado de Alagoas (Fiea). A representação do Sistema Indústria é explicitada na **FIGURA**



Fonte: elaborada pelas autoras.

Criado em 1985, o MCTI é um órgão da administração direta, que tem como competências:

[...] política nacional de pesquisa científica, tecnológica e inovação; planejamento, coordenação, supervisão e controle das atividades da ciência e tecnologia; política de desenvolvimento de informática e automação; política nacional de biossegurança; política espacial; política nuclear e controle da exportação de bens e serviços sensíveis (Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação, 2016).

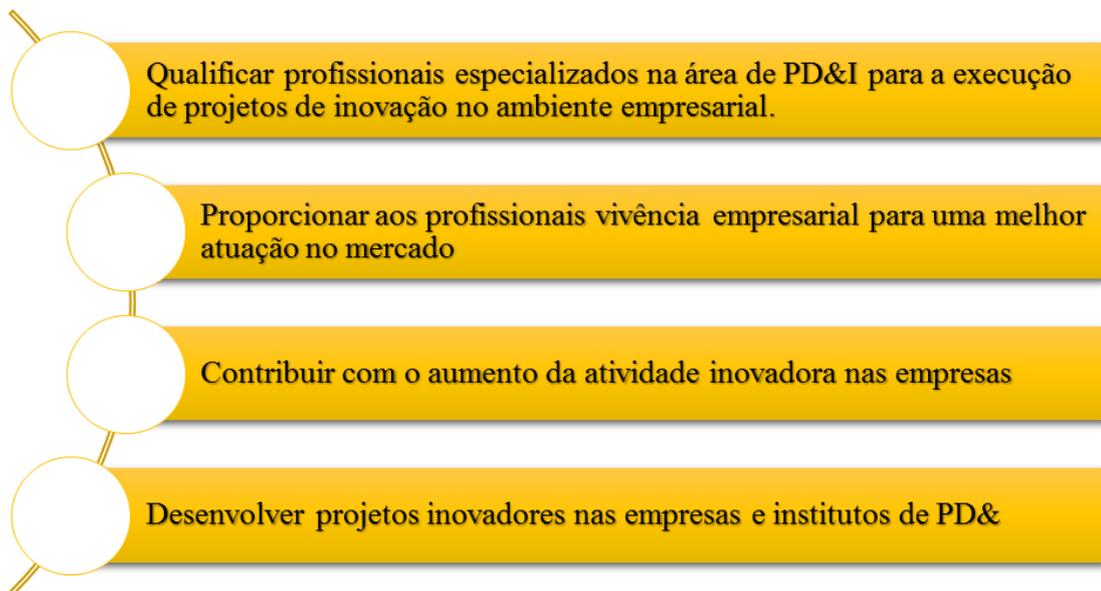
O CNPq é a agência do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI) de fomento à pesquisa científica e tecnológica, e atua no incentivo à formação de pesquisadores. Foi criado em 1951 e é um importante ator na formulação e na condução das políticas de ciência, tecnologia e inovação.

Da parceria entre as três instituições surgiu o Programa Inova Talentos, que parte da premissa de que a ampliação do potencial competitivo do setor empresarial brasileiro é o caminho para o desenvolvimento sustentado do país e o aumento do número de profissionais qualificados em atividades de inovação amplia a capacidade inovativa e competitiva do setor produtivo.

Com base nessa premissa, o Programa Inova Talentos, foi idealizado visando incentivar a criação de projetos de inovação nas empresas e institutos privados de pesquisa e desenvolvimento (P&D).

Conforme o Portal da Indústria (2016), a ideia consiste em selecionar, capacitar e inserir no mercado profissionais qualificados para promoverem e exercerem atividades de inovação nas empresas. **A FIGURA 7** apresenta os objetivos do Programa.

Figura7: Objetivos do Programa Inova Talentos



Fonte: Adaptada pelas autoras do Portal da Indústria (2016).

A ideia central que norteia o Programa Inova Talentos baseia-se em transformar profissionais qualificados, mas sem experiência profissional, ou seja, sem atuação no mercado, em profissionais qualificados e com experiência adquirida por meio de ações de tutoria, acompanhamento, capacitações e premiações oferecidas pelo Programa.

Para atingir os objetivos, foi desenvolvido uma metodologia para execução do Programa, baseada em dez etapas.

A primeira etapa consiste na atração do público-alvo proponente dos projetos, ou seja, empresas e institutos de P&D privados, que são convidados a conhecer e participar do programa. É a etapa da Mobilização e adesão das empresas e institutos de Pesquisa, desenvolvimento e inovação (PD&I) privados.

A segunda etapa trata da elaboração e submissão dos projetos de inovação à Chamada CNPq/IEL pelas empresas e institutos de P&D, por meio do site do IEL, em geral com apoio dos Núcleos Regionais do IEL, disponíveis nos estados.

A análise e divulgação de resultados da Chamada CNPq/IEL se dá na terceira etapa. A avaliação dos projetos recebidos é realizada por uma comissão nacional formada por membros do CNPq e especialistas em inovação. Os projetos aprovados têm seu “desafio”, ou seja, o “problema” proposto para ser resolvido, lançado em uma plataforma nacional a partir da qual, na quarta etapa (recrutamento e seleção dos profissionais para os projetos de inovação), os novos talentos se candidatam aos desafios selecionados e enviam suas propostas para solucionar os desafios para serem analisadas. Esses candidatos são recrutados e selecionados pelo IEL regional que encaminha, pelo menos, três candidatos para que a empresa faça sua escolha.

A quinta etapa, denominada integração e capacitação dos tutores, envolve a capacitação dos tutores das empresas para que possam melhor orientar os bolsistas e é análoga à sexta etapa, integração dos profissionais bolsistas, cujo foco passa a ser a integração dos bolsistas. Os profissionais participantes são integrados em uma rede voltada para a inovação.

Na sétima etapa dá-se a validação e consequente execução do plano de trabalho do projeto de PD&I das empresas.

A oitava etapa aborda a capacitação dos profissionais envolvidos no Programa, inclusive a equipe dos regionais do IEL. Os profissionais serão capacitados ao longo de todo o projeto em competências comportamentais, gerenciais e técnicas. O acompanhamento do plano de trabalho de bolsistas e tutores se dá ao longo do projeto e consiste na nona etapa.

Por fim, a décima etapa trata do reconhecimento e premiação dos profissionais e tutores, conforme regulamento criado que inclui também a premiação do regional do IEL.

O público-alvo do Programa está dividido em duas categorias principais: empresas e institutos de PD&I privados que possuem projetos de inovação; e estudantes no último ano da graduação ou com até cinco anos como formados, mestrados e mestres com até cinco anos de formados.

Os resultados esperados, conforme Instituto Euvaldo Lodi – Núcleo Regional de Alagoas, (2015), são elencados a seguir.

Resultados nas empresas e institutos:

- Aumento da competitividade e produtividade;
- Fortalecimento e ampliação das atividades de inovação;
- Preparação de talentos inovadores para execução de atividades de PD&I alinhadas à estratégia do negócio;
- Redução dos custos de capacitação dos novos talentos, por meio do desenvolvimento de competências comportamentais, gerenciais e técnicas, adequadas à inovação;
- Conexão dos colaboradores das organizações participantes com o tema da inovação.

Resultados para os profissionais bolsistas:

- Início de carreira profissional em empresa estruturada que valoriza o capital humano e a inovação;
- Desenvolvimento de competências comportamentais, gerenciais e técnicas adequadas à inovação;
- Realização de atividades e planos de trabalho monitorados por profissionais experientes, com preparação em *coaching*;
- Participação no Programa de bolsas e fomento tecnológico e extensão inovadora;
- Aumento da empregabilidade em empresas inovadoras;
- Acesso à missão internacional em centro de referência mundial de inovação, caso seja vencedor da premiação.

Os resultados do Programa em Alagoas serão apresentados na próxima seção.

4 RESULTADOS DO PROGRAMA INOVA TALENTOS EM ALAGOAS

Num cenário nacional, os dados referentes ao Programa Inova Talentos são relevantes quanto ao seu alcance. Foram submetidos em todo o Brasil 1.366

projetos que originaram o pedido de 2.550 bolsas. Considerando que cada empresa submeteu mais de um projeto, participaram dos editais 561 empresas.

Dos 1.366 projetos submetidos, foram aprovados 632 projetos e 855 bolsas foram concedidas, indicando um atendimento de 46% e 42% da demanda, respectivamente, sendo ofertadas 150 mil horas de treinamento.

Em Alagoas foram executadas ações em todas as edições do Programa Inova Talentos. Essas ações consistiram em atividades que iam desde a mobilização das empresas para submissão de projetos, passando pela adesão ao Programa, até a operacionalização dos projetos de inovação aprovados nas empresas, considerando, inclusive, o acompanhamento e o encerramento dos mesmos.

Na primeira chamada foram visitadas e sensibilizadas 30 empresas, das quais 03 submeteram projetos ao edital: Copra Alimentos Ltda., Norvinco – Ind. de Embalagens do Nordeste Ltda., e Glastec Ltda. Na segunda chamada foram visitadas 20 empresas, com 02 submissões de projetos: Associação das Empresas do Mercado Imobiliário de Alagoas (ADEMI-AL), e Cerutti Engenharia Ltda. Foram visitadas e sensibilizadas 22 empresas na terceira chamada, com 03 empresas: Algás – Gás de Alagoas S/A., Almeida Construções LTDA., e Degust Produtos Lácteos. A quarta chamada gerou 17 visitas de prospecção e sensibilização de empresas e 03 submissões de projetos: Algás – Gás de Alagoas S/A., Almeida Construções LTDA, e Cerâmica Capelli LTDA.

Na primeira chamada uma das empresas que submeteu e aprovou projetos, optou por não aderir ao programa.

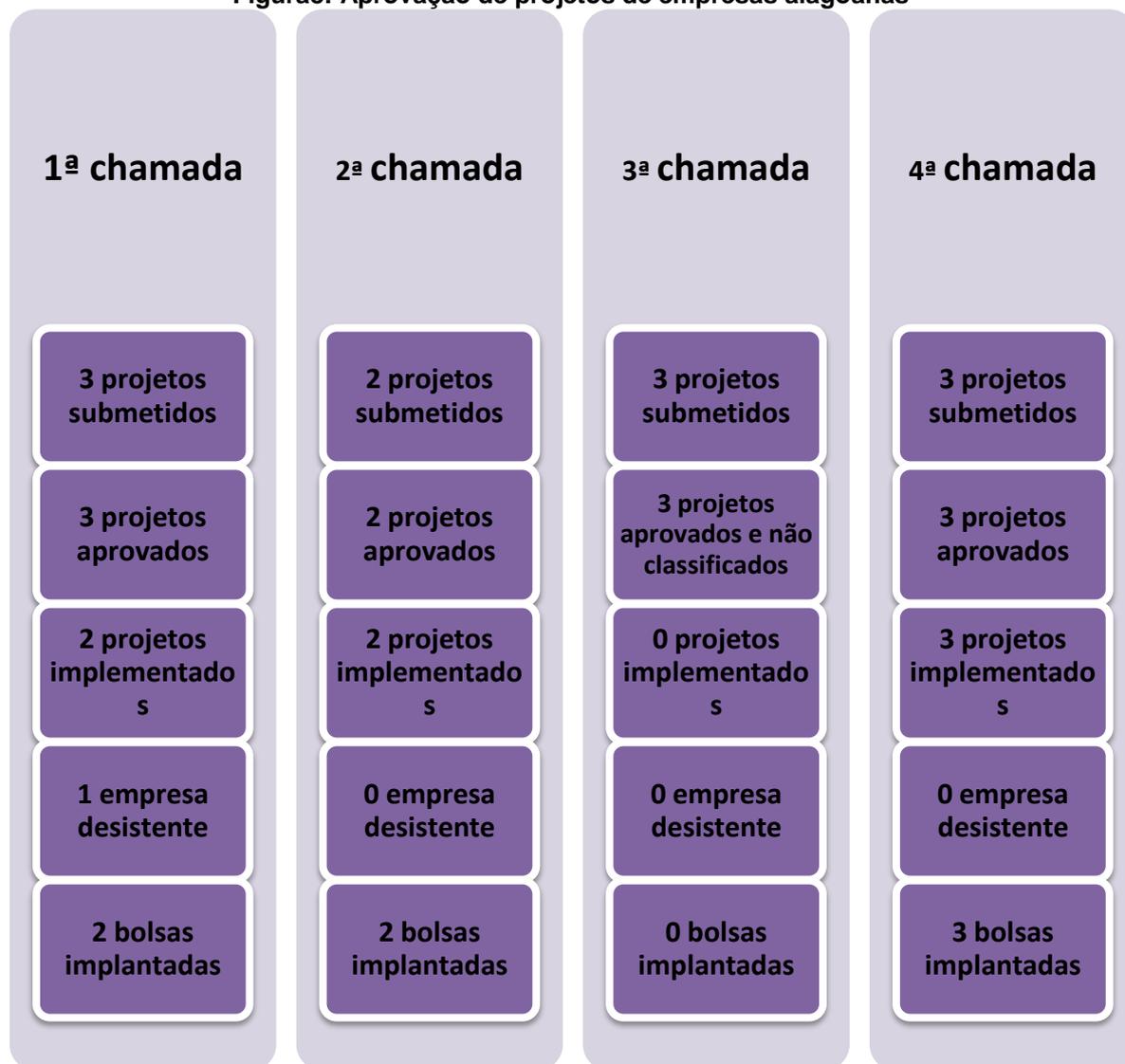
Na terceira chamada ocorreu uma intensa e, de certo modo, inesperada, adesão de empresas que resultou em um *boom* de submissões. Essa edição caracterizou-se pela participação de empresas grandes e com tradição em PD&I. Os projetos de Alagoas atenderam aos critérios de elegibilidade e foram aprovados, mas, na classificação geral, não atingiram a linha de corte estabelecida de acordo com os recursos definidos para a chamada.

Em resumo, foram prospectadas 89 empresas que resultaram em 11 projetos submetidos por 09 empresas nas quatro chamadas. Todos os onze projetos submetidos foram aprovados e, desses, 03 não foram classificados. Dos sete

projetos implantados, quatro foram finalizados com êxito. Os demais estão em fase de execução.

As áreas de conhecimento exigidas pelas empresas aos bolsistas foram: medicina veterinária, engenharia química, arquitetura e engenharia civil.

Figura8: Aprovação de projetos de empresas alagoanas



Fonte: Elaborada pelas autoras com base na pesquisa documental.

Os principais benefícios para as empresas contempladas estão elencados abaixo, com base em entrevistas com os participantes:

- Realização de pesquisas e testes para inserção do produto no mercado;
- Reconhecimento da importância de um profissional ligado à inovação do produto;

- Conhecimento do mercado e de suas possibilidades de criação e inovação de produtos para esse mercado pelo bolsista;
- Utilização de cursos on-line junto a instituições de renome internacional que auxiliaram a compreender as etapas necessárias desde o planejamento até o lançamento de um produto inovador;
- O desenvolvimento de novos produtos e teste do produto no mercado;
- Desenvolvimento de parceria que ajuda as empresas a crescerem e a inovar;
- Possibilita pelos envolvidos no programa de aprimorar os seus conhecimentos gerando novas ideias, visões e objetivos que capacitam melhor o bolsista para o mercado de trabalho;
- Mostrar à equipe de trabalho a importância da inovação em face da necessidade de se destacar diante dos concorrentes;
- Favorece a observação e quantificação do ganho adquirido por meio da inovação, comprovando a importância da inovação na empresa para o crescimento da produtividade;
- Possibilita o aumento da produtividade dos profissionais por intermédio de estudos, registros, pesquisas, desenvolvimento de novas técnicas, materiais e equipamentos;
- Proporciona mais eficiência à empresa no que se refere a tempo, custo e satisfação do cliente;
- Permite que a empresa participante sirva de exemplo e inspiração para que empresários, e gestores possam também usufruir dos resultados;
- Apoio e atenção oferecidos pela equipe do IEL durante todo o período do projeto favorece seu desenvolvimento com mais eficiência;
- Geração de publicações;
- Capacidade de inserir no mercado profissionais visionários, aptos a exercerem atividades de inovação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS À GUIA DE CONCLUSÃO

Inicialmente, faz-se mister recordar que, de forma geral, os estados mais periféricos em relação às áreas de maior tradição em inovação, apresentam um perfil de baixa adesão a projetos de estímulo à inovação na empresa.

Alagoas, em que pese os indicadores educacionais não muito favoráveis, comporta ainda um parque industrial pequeno, que, de certa forma, compromete a existência de um maior volume de empresas inovadoras.

É importante sensibilizar os empresários para a inovação, visto que a mesma representa elemento estratégico no aumento da capacidade competitiva de empresas e regiões, tem sido uma tarefa árdua para as instituições que têm como missão inserir a inovação nas prioridades da agenda empresarial.

Dito isso, chama atenção em relação aos resultados propostos a aprovação de 100% dos projetos elaborados pelas empresas alagoanas. Isso reflete um ganho na capacidade local de elaboração de projetos, competência não muito comum até alguns anos, e amplamente reconhecida em fóruns sobre o tema.

Das empresas que submeteram projetos, apenas uma não deu continuidade à sua implantação e, das empresas que aderiram ao programa, todas informaram estar plenamente satisfeitas com os resultados obtidos.

Aspectos como formação de profissionais, desenvolvimento de soluções para o mercado e inovações de processos que impactaram no aumento da produtividade e na diminuição dos custos foram enunciadas como destaques do Programa. Pela descrição feita por empresários, tutores e bolsistas, sobre os benefícios, fica evidente a agregação de valor portada pelo programa a todos os seus *stakeholders*.

A limitação de pessoas nas empresas, em geral de micro e pequenos portes, são fatores restritivos para a prática da inovação, incluindo o pensar e executar projetos inovadores.

É possível, a partir dos dados apresentados, considerar o Programa Inova Talentos como instrumento relevante para a sensibilização das empresas para a inovação, para a formação de profissionais inovadores e para o estreitamento das parcerias entre o setor público e o setor privado.

Por fim, estudos futuros que permitam a comparabilidade entre estados e regiões podem ser sugeridos, assim como levantamentos que demonstrem os resultados dos projetos nas empresas no médio e longo prazos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BANCO INTERAMERICANO DE DESENVOLVIMENTO (BID). **Sistemas Regionais de Inovação** – Relatório Síntese. São Paulo, 2010.

BRASIL. Lei nº.10.973, de 02 de dezembro de 2004. Dispõe sobre incentivos à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 03 dez. 2004. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/Lei/L10.973.htm>. Acesso em: 20 de jan. 2011.

CARVALHO, Marly M. **Inovação: estratégias e comunidades de conhecimento**. São Paulo: Atlas, 2009.

CONSELHO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO CIENTÍFICO E TECNOLÓGICO, CNPq. Apresentação. Disponível em: <http://cnpq.br/apresentacao_institucional/>. Acesso em: 25 de jun. 2016.

DAVILA, T.; EPSTEIN, Mark J.; SHELTON, R. **As Regras da Inovação**. Porto Alegre: Bookman, 2007.

EDQUIST, Charles & contributors. **System of Innovation** – Technologies, Institutions and Organizations. London: Pinter, 1997.

ETZKOWITZ, Henry. **Hélice Tríplice: universidade-indústria-governo inovação em ação**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2009.

FREEMAN C. **Technology policy and economic performance: lessons from Japan**. London: Pinter Publishers, 1987.

GRAY, D. E. **Pesquisa no mundo real**. Porto Alegre: Penso, 2012.

INSTITUTO EUVALDO LODI – Núcleo Regional de Alagoas (IEL/AL). **Apresentação Programa Inova Talentos para Fapeal**. Maceió: IEL/AL, 2015.

KANTER, Rosabeth Moss; KAO, John J.; WIERSEMA, Frederik D. **Inovação:** pensamento inovador na 3M, DuPont, GE, Pfizer e Rubbermaid. São Paulo: Negócio Editora, 1998.

KIM, Linsu. **Da Imitação à Inovação:** a dinâmica do aprendizado tecnológico da Coreia. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2005.

LUNDVALL, B. A. **National Systems of Innovation – Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning.** London: Pinter Publishers, 1992.

MINAYO, M. C.; SANCHES, O. **Quantitativo-qualitativo:** oposição ou complementaridade. Cadernos de Saúde Pública. Rio de Janeiro, vol.9, n.3, p. 239-262, jul/set. 1993. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/csp/v9n3/02.pdf>>. Acesso em: 04 abr. 2011.

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO, MCTI.O MCTI. Disponível em: <<http://www.mcti.gov.br/o-mcti>>. Acesso em: 25 jun. 2016.

NELSON, R. **National Innovation Systems:** a Comparative Analysis, Nova York: Oxford University, 1993.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E O DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE). **Manual de Oslo – Terceira Edição.** OCDE-Eurotat/FINEP, 2005.

PORTAL DA INDÚSTRIA. Inova Talentos. Disponível em: <<http://www.portaldaindustria.com.br/inovatalentos/>>. Acesso em: 25 de jun. 2016.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico:** uma investigação sobre lucros, capital, crédito juro e ciclo econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

_____. **Capitalismo, Socialismo e Democracia.** Rio de Janeiro: Zahar, 1984.

SIMANTOB, Moysés; LIPPI, Roberta. **Guia valor econômico de inovação nas empresas.** São Paulo: Globo, 2003.