

**FACULDADE MERIDIONAL – IMED**  
**ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO**

**CAROLINI GUIEL**

**A INOVAÇÃO E O DESEMPENHO DAS EMPRESAS DA AGLOMERAÇÃO  
TERRITORIAL DO SETOR DE PEDRAS PRECIOSAS DE SOLEDADE**

**Passo Fundo**

**2019**

Carolini Guiel

A INOVAÇÃO E O DESEMPENHO DAS EMPRESAS DA AGLOMERAÇÃO  
TERRITORIAL DO SETOR DE PEDRAS PRECIOSAS DE SOLEDADE

Artigo apresentado como requisito parcial para  
obtenção do título de Graduação em  
Administração, da Faculdade Meridional –  
IMED.

Orientador: Prof. Dr. Claudionor Guedes Laimer

Passo Fundo

2019

## **A INOVAÇÃO E O DESEMPENHO DAS EMPRESAS DA AGLOMERAÇÃO TERRITORIAL DO SETOR DE PEDRAS PRECIOSAS DE SOLEDADE**

Carolini Guiel\*

Dr. Claudionor Guedes Laimer\*\*

### **Resumo**

As contribuições de inovação e de desempenho na aglomeração territorial tornam-se cada vez mais fundamental para o desenvolvimento interorganizacional das empresas. Desta maneira o artigo tem como objetivo verificar a relação entre a inovação e o desempenho das empresas da aglomeração territorial do setor de pedras preciosas de Soledade. Assim, o estudo busca aprofundar a análise dos fatores que levam as empresas a melhorar a competitividade, como a disponibilidade de mão de obra qualificada, o acesso à matéria prima, aos recursos físicos e financeiros, bem como a cooperação, a inovação, a exportação e o suporte de instituições de apoio. A pesquisa tem característica quantitativa e descritiva, com uma amostra de 46 empresas do setor de pedras preciosas. A análise dos dados foi realizada por meio de testes estatísticos, sendo realizada a tabulação dos dados no software Excel e utilização de técnicas estatísticas descritivas e de correlação. Os resultados indicam que a maioria das empresas tem seu ramo de atuação na lapidação de gemas, a idade das empresas está entre 11 a 20 anos, a maior parte das empresas empregam até 5 empregados, e o principal tipo de contato das empresas para troca de informação e conhecimento é presencial. No que se refere a inovação, conclui-se que o desenvolvimento de novos produtos, desenvolvimento de melhorias nos produtos e desenvolvimento de melhorias nos processos de produção são realizados pelas empresas. O desempenho apresentou como ponto principal a não redução dos custos de produção e, por fim, verificou-se que a inovação e desempenho estão associados, apresentando resultados positivos e significativos entre as variáveis.

**Palavras-chave:** Relações interorganizacionais. Aglomeração territorial. Inovação. Desempenho.

### **Abstract**

The contributions of innovation and performance in the territorial agglomeration become increasingly fundamental for the interorganizational development of companies. In this way the article aims to verify the relationship between innovation and the performance of companies in the territorial agglomeration of the precious stone sector in the city of Soledade. Thus, the study seeks to deepen the analysis of factors that lead companies to improve competitiveness, such as the availability of skilled labor, access to raw materials, physical and financial resources, as well as cooperation, innovation, export and the support of support institutions. The research has quantitative and descriptive characteristics, with a sample of 46 companies in the precious stone sector. Data analysis was performed by means of statistical tests, data were tabulated using Excel software and statistical descriptive and correlation techniques. The results indicate that most of the companies have their business focus on the cutting of gems, the age of companies is between 11 to 20 years old, most companies employ up to 5 employees, and the main type of contact of companies to exchange information and knowledge is made in person. As regards innovation, it is concluded that the development of

---

\* Acadêmica do curso de Administração da Faculdade Meridional – E-mail: carol.gugel@hotmail.com

\*\* Professor do curso de Administração da Faculdade Meridional – E-mail: claudionor.laimer@imed.edu.br

new products, development of product improvements and development of improvements in the production processes are carried out by the companies. Performance was the main point of not reducing production costs and, finally, innovation and performance were associated with positive and significant results among the variables.

**Keywords:** Organizational relationships. Territorial agglomeration. Innovation. Performance.

## 1 INTRODUÇÃO

As empresas inseridas na aglomeração territorial geram novas fontes de competitividade, através de sua capacidade inovadora á uma grande tendência de melhorar seu desempenho no ambiente de mercado. Nos últimos anos o ambiente de mercado tornou-se cada vez mais competitivo, assim as empresas necessitam diferenciar de seus concorrentes através de suas estratégias competitivas para conseguir alcançar seu desempenho desejado. Para isso, um meio para sustentar a vantagem competitiva pode ser através da aglomeração de empresa, que proporciona o aumento no desempenho, acesso a recursos, e também, onde a inovação torna-se fundamental para contribuir na diferenciação.

O município de Soledade no estado do Rio Grande do Sul, onde concentra parte de sua atividade no setor industrial de pedras, consolidando-se como centro de produção e comercialização de pedras preciosas. Com isso, a aglomeração possibilita as empresas estarem interligadas, sendo importante para promover a troca de informação e conhecimento.

A existência de empresas ligadas ao setor industrial destaca-se como um ponto fundamental para o desenvolvimento da região. Segundo o IBGE (2017), o município conta com uma população estimada de 31.361 habitantes, apresentando uma estrutura empresarial bem desenvolvida, através de uma tecnologia que acompanha o crescimento das empresas no setor, impulsionando atividades, como a Feira Internacional de Pedras Preciosas (EXPOSOL) e, também, servindo de referência para pesquisas acadêmicas.

De acordo com Marshall (1996), a indústria localizada, atualmente, denominada de aglomeração territorial de empresas, iniciou devido ao fato de que as empresas industriais se concentravam em certas localidades (espaço geográfico), com o intuito de se beneficiar de economias externas, como o acesso à matéria-prima, o acesso à mão de obra e o acesso ao conhecimento especializado. Para Garcia (2006), as economias externas são fundamentais para a vantagem competitiva das empresas inseridas em sistemas locais de produção, a qual proporciona um conjunto de conhecimento, capacidade e serviço.

Figueiredo e Di Serio (2007) mencionam que na aglomeração, a cooperação e a competição estão juntas, sendo uma maneira vantajosa para a indústria, pois essa dualidade pode proporcionar uma maior produtividade e desempenho. Do mesmo modo, as empresas concorrentes buscam estabelecer relações interorganizacionais. Desta forma, é importante as empresas entenderem como conquistar vantagem competitiva em relação aos seus concorrentes na aglomeração de empresas. Assim, o estudo tem como objetivo verificar a relação entre a inovação e o desempenho das empresas da aglomeração territorial do setor de pedras preciosas de Soledade.

### **1.1 Justificativa**

O setor de pedras preciosas tem uma importante participação econômica no município de Soledade. A Exposição Feira de Soledade (EXPOSOL) é composta por diversas feiras, como Feira Internacional de Joias e Pedras Preciosas, que comercializa produtos de qualidade, constituindo uma gama de negócios, que gera emprego e renda, conforme o site oficial da EXPOSOL, o ano de 2018 teve um volume de negócios de R\$ 50 milhões com mais de 150 mil visitantes (EXPOSOL, 2018).

Em pesquisas realizadas sobre o setor de pedras de Soledade, Storti e Mazon (2011) consideram que a força do setor é dada a partir do desempenho de todos. O conhecimento passa de geração para geração, sendo que as informações e a comunicação são compartilhadas por algumas empresas. Além disso, a aglomeração territorial em Soledade caracteriza-se pela cooperação, divisão do trabalho, de ligação entre as unidades produtivas e de sociedade (Storti & Mazon, 2011).

A presença de empresas concentrada em um mesmo setor é capaz de gerar algumas externalidades como forma de vantagem competitiva, sendo o acesso à matéria-prima, acesso à mão de obra e acesso ao conhecimento especializado em determinado espaço geográfico (Marshall, 1996). Desse modo, as empresas do setor de pedras preciosas têm apresentado resultados positivos nas exportações.

Neste sentido, as empresas conquistam novos mercados, onde à procura por parte de estrangeiros pelos produtos oferecidos. Assim passam a ter oportunidades em mercados internacionais, aumentando o número de compradores e clientes. Por outro lado, a questão sobre a competitividade das empresas envolve outros fatores, como a localização geográfica, ou seja, a própria aglomeração territorial de empresas e instituições, que inclusive influencia aos recursos organizacionais.

Portanto, destaca-se ainda que a compreensão dos fatores que possibilitam melhorar a competitividade das empresas pode ser importante tanto para o desenvolvimento das empresas, quanto para o desenvolvimento local e regional. Dessa maneira, há importância do estudo sobre fatores competitivos da aglomeração de pedras preciosas, pois se torna relevante analisar o setor para enfrentar possíveis cenários competitivos. Sendo assim, faz-se necessário analisar os fatores que podem sustentar a competitividade das empresas nessa aglomeração.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

Para Marshall (1996), o conceito de aglomeração de empresas refere-se a empresas centralizadas em uma só região, que proporciona desenvolvimento na divisão do trabalho e das funções administrativas de empresas, assim essa localização torna-se aspecto fundamental da indústria.

Do mesmo modo, existem algumas condições que levam as empresas a se instalar em uma mesma área, dentre as principais está o fácil acesso a matéria prima. Além disso, o acesso à mão de obra onde a empresa incentiva e envolve os empregados com mão de obra especializada, como também fortalece o crescimento de empregabilidade local da região. O acesso ao conhecimento e experiências, discutido por empresas ou membros que a representam para troca de informações, contribui muitas vezes para o crescimento da produção (Marshall, 1996).

Nesse sentido, Brito, Brito, Porto e Szilagyi (2010) também destacam que as empresas inseridas na aglomeração de empresas tendem a ter um crescimento importante na empregabilidade da região, como gerar externalidades positivas, transmissão de conhecimento, especialização de mão de obra e acesso a matéria prima, contribuindo, assim, no desempenho da empresa. Sob o mesmo ponto de vista Garcia (2006) ressalta que empresas concentradas em um mesmo setor industrial geram externalidades positivas, sendo adequadas conforme as necessidades das indústrias para promover capacidade competitiva.

Da mesma forma, Porter (1999) afirma que aglomeração é um conjunto de empresas ou instituições localizadas em uma mesma área, que assume diversas formas, como a de produtos ou serviços finais. Ao mesmo tempo, que apresenta setores colaborativos para as empresas, como por exemplo, as instituições governamentais, centros de estudos (universidades), como também associações comerciais e outras entidades.

Porter (1999) cita ainda, que o conceito de um aglomerado varia de acordo com sua localidade, como também cabe à empresa desenvolver suas ferramentas, traçar suas

estratégias para adquirir vantagem competitiva. Sobre outro ponto de vista a aglomeração atua como fonte de competição com propósito de aumentar a produtividade das empresas, pela capacidade de inovação e pelo incentivo a formar novas empresas, dessa maneira, amplia a inovação e o aglomerado.

Se bem que a localização das empresas em um aglomerado oferece acesso a insumos especializados para a fabricação de produtos, bem como conta com fornecedor próximo ao local para que se possa minimizar os custos e favorecer o tempo de serviço. Sendo assim, aumenta a importância dos aglomerados junto com a competição, em virtude de que eles tendem a crescer juntamente com o desenvolvimento da economia, procedimentos organizacionais e elementos culturais, que geralmente contribuem para o desenvolvimento e funcionamento dentro das indústrias (Porter,1999).

Sobretudo Porter (1998) afirma que os aglomerados podem se fortificar através da sua localização, permitindo que as empresas trabalhem com uma maior produtividade em relação ao produto. Com isso, se tem um fácil acesso a matéria prima, pois os fornecedores são da região, melhorando a comunicação e o processo de industrialização, cumprindo, assim, um papel significativo para as indústrias. Os aglomerados ganham um destaque, porque se tornam um centro de mão de obra, com equipe de trabalhadores especializados, com conhecimento sobre as atividades a serem realizadas dentro da empresa.

Bittencourt, Rapini e Paranhos (2012) debatem que a proximidade geográfica das empresas inseridas em aglomeração beneficia na comunicação entre universidades e empresas em sistemas locais de inovação. Empresas que estão inseridas nos aglomerados possuem um cenário e uma visão melhor do mercado. Assim como no momento em que a convivência com outras instituições ou entidades torna-as mais aptas ao avanço tecnológico, sendo assim agem com capacidade e agilidade no processo de desenvolvimento da inovação (Porter, 1998).

Enquanto Lacerda, Souza e Silva (2016) afirmam que dentro da aglomeração de empresas existe delimitação quanto ao delineamento de cooperação e acesso a informação. Para isso, é necessário que as empresas possuam estratégias, como também programas de incentivos e instituições que colaborem para seu crescimento. Para Brusco (1990), as aglomerações de empresas se constituem pela dimensão das organizações que se envolvem em processos de produção de um determinado produto.

De acordo com Cezarino e Camponar (2005), as vantagens de aglomerações podem ser verificadas em relação ao tipo do benefício que será oportunizado para as empresas. Pois, em virtude da globalização e suas condições, vem buscando modelos de alcance de vantagem competitiva para permanência de empresas no mercado.

Com isso, são listados 12 benefícios resultantes destas formações de empresas:

- Fluência de informações;
- Infraestrutura de apoio;
- Fornecedores especializados;
- Renda de revestimento na atividade;
- Troca de experiências;
- Produtos com qualidade;
- Força no mercado;
- Compartilhamento de recursos;
- Fortalecimento do poder de compra;
- Força para atuação em mercados internacionais;
- Especialização da produção; e
- Formação em quantidade de trabalhadores.

Entretanto, uma empresa possui vantagem competitiva quando está capacitada a gerar maior valor econômico do que seus adversários, ou seja, benefícios percebidos pelo consumidor relacionado à compra do produto, ao custo para produzir e vender esse produto. Internamente, numa empresa pode existir vantagem competitiva temporária ou sustentável. Logo a vantagem temporária é aquela que tem duração de um período muito rápido e em contrapartida, a vantagem sustentável pode durar bem mais (Barney & Hesterly, 2011).

Segundo os autores, existem duas maneiras de mensurar a vantagem competitiva: analisando o desempenho contábil e o desempenho econômico da empresa. O desempenho contábil é medido através do uso de informações contidas no demonstrativo de lucros e perdas do balanço da empresa e, ainda, por meio de índices como de lucratividade, índices de liquidez, índices de alavancagem e índice de atividade (Barney & Hesterly, 2011).

Acrescenta-se também que o custo do capital está relacionado ao nível de desempenho que uma empresa precisa atingir para chegar aos objetivos econômicos de seus credores e seus acionistas, por tanto concluem que: “uma empresa que ganha acima do seu custo capital tem mais chances de atrair capital adicional, pois credores e acionistas se movimentarão para disponibilizar fundos adicionais para a empresa” (Barney & Hesterly, 2011, p. 15).

De acordo com Pugas e Fernandes (2014) a relação das empresas principalmente as aglomeradas, beneficiam no desenvolvimento regional, criando contribuições positivas e negativas. Nesse sentido, destacando as externalidades positivas existentes nas aglomerações



e contribuindo nas falhas dos pontos negativos atraindo outras empresas, investimentos e o seu desenvolvimento.

Para Rattner (1975), as empresas que encontram-se nas aglomerações, possuem condições para suceder em economias de escala, atingindo beneficiar-se das economias externas, dos investimentos pelo poder público, assim a empresa em forma conjunta tenderá a desempenhar uma economia lucrativa, reforçando o crescimento econômico regional. Numa mesma perspectiva, Brusco (1990), as aglomerações de empresas se constituem pela dimensão das organizações que se envolvem em processos de produção de um determinado produto.

## **2.1 Inovação**

Araujo, Modolo e Carneiro (2018) usam três pontos adicionais para tratar sobre inovações organizacionais, sendo elas, administrativa, gerencial e há pouco tempo, as inovações de gestão. As aglomerações de empresas possuem uma base tecnológica, construindo assim redes de cooperação para desenvolvimento em inovação, através de pesquisas e trocas de informações com universidades, centros tecnológicos e empresas inseridas nos clusters. Logo afirmam que a inovação é fundamental para o desenvolvimento das regiões (Toledo, Mafioletti, Amal, & Hoeltgebaum, 2016).

A inovação não está apenas relacionada ao comportamento humano, mas é fundamental para as empresas se manterem no mercado. Refere-se a criar novos modelos de negócio, nova técnica de atender as necessidades dos clientes, novos processos organizacionais. Logo, a empresa precisa encontrar novos meios para melhorar seus produtos, processos e serviços, para competir e cooperar no ambiente empresarial (Baumgratz, Teixeira, Werlang, Flach, & Favretto, 2017).

Por isso a inovação é significativa no mercado competitivo e no mercado globalizado. Do mesmo modo, as empresas necessitam acompanhar as mudanças de processos e produtos do mercado, neste sentido torna-se fundamental para o sucesso ou o fracasso do negócio (Bencke, Gilioli, & Royer, 2017).

Balestrin e Verschoore (2010) debatem que a inovação vem ocasionando grande discussão no mercado, principalmente no desenvolvimento e na competitividade das organizações. Já para Brito, Brito e Morganti (2009), afirmam que a aglomeração possui recursos intangíveis, como a capacidade de inovação de uma empresa, a qual tem sido destaque como fonte de vantagem competitiva para as empresas.

A inovação é um elemento composto por relacionamento da empresa com seus clientes, da mesma maneira que a qualidade dessa relação pode gerar resultados satisfatórios. Portanto, para um bom resultado necessita do processo de gestão das ações inovadoras nas empresas (Paredes, Santana, & Fell, 2014).

## **2.2 Desempenho**

Souza e Mello (2011) buscam compreender melhor as principais estratégias empresariais, sua vantagem competitiva e fatores do mercado, que pudessem auxiliar a desenvolver um maior desempenho nas empresas. Seus resultados indicaram que, a diversificação dos produtos traz um maior desenvolvimento para as empresas.

Por outro lado, a maneira para mensurar o desempenho organizacional depende da atividade que pretende se chegar, sendo procedimento duradouro ou contínuo (Macedo & Silva, 2005). Aliás, apresenta várias razões para fazer essa medição, entre as mais importantes está a de acompanhar o desenvolvimento da empresa e reparar possíveis falhas no processo. Beuren e Marcelo (2016) afirmam que as empresas buscam uma máxima eficiência com os menores custos, com isso os recursos estratégicos das empresas ajudam esta busca, tendo em vista no melhor desempenho organizacional. O desempenho de empresas aglomeradas acontece também por meio da ligação de mais de um fator, como por exemplo, a inovação e o conhecimento, afirmando que a inovação nas empresas pode influenciar no desempenho organizacional (Damanpour, 1991; Grant, 1991).

A mensuração do desempenho organizacional é utilizada para entender se na empresa os objetivos desejados estão sendo alcançados, podendo ser avaliados através dos recursos estratégicos da empresa, recursos de capital humano, estrutural e físico, melhorando os resultados operacionais e melhorando na avaliação do mesmo (Beuren & Marcelo, 2016).

Do mesmo modo Venkatraman e Ramanujam (1986), o desempenho pode ser avaliado através dos resultados financeiros da empresa, diante suas metas estabelecidas para mensurar o desempenho. Neste sentido, os recursos da empresa possibilitam a vantagem competitiva se a mesma conseguir obter o desempenho desejado. Portanto, os aglomerados agem no crescimento local e no desenvolvimento regional, por estarem concentrados em uma área geográfica de empresas e instituições interligadas por aspectos comuns e complementares (Silva, 2014).

### **3 MÉTODO**

Este capítulo compreende na apresentação dos procedimentos metodológicos utilizados para responder o problema de pesquisa. Assim, os procedimentos metodológicos estão explicados nas seguintes seções: design da pesquisa, população e amostra, coleta de dados e análise de dados.

#### **3.1 Design da pesquisa**

Para o presente estudo foi realizado uma pesquisa de natureza quantitativa do tipo descritiva. Sendo que foi realizada uma *Survey*, com um questionário conforme a literatura sobre aglomeração de empresas.

#### **3.2 População e amostra**

A população da pesquisa foi composta pelas empresas do setor de pedras preciosas do município de Soledade, localizado na região norte do estado do Rio Grande do Sul. Assim, conforme o relatório disponibilizado pelo Departamento de Fiscalização da Prefeitura Municipal de Soledade possui aproximadamente 160 empresas do setor de pedras preciosas.

Desta forma, foi decidido estudar as empresas desse setor como objeto de análise, por ser uma atividade que contempla uma aglomeração de empresas, sendo representativa na economia do município. O setor participa com a geração de emprego e renda, através da industrialização e comercialização de pedras preciosas, o que evidencia a importância para a economia regional.

Para a definição da amostra foi utilizada a técnica de amostragem não probabilística, sendo que a escolha das empresas que participaram da pesquisa ocorreu por meio da amostragem por conveniência. A amostra foi de 46 empresas, selecionadas pela centralidade espacial da aglomeração, considerando a proximidade geográfica das empresas que estão concentradas no perímetro central do município e pela acessibilidade da pesquisadora às empresas que estavam centralizadas.

### 3.3 Coleta de Dados

Em uma etapa inicial, foi realizado um levantamento e visita em algumas entidades do município na qual o setor de pedras preciosas participa ativamente, como a Associação Comercial, Industrial de Serviços de Soledade - ACIS, a Associação dos Pequenos Pedristas de Soledade de Soledade- APPSOL, o Sindicato Indústria Joalherias, Mineração, Lapidação, Beneficiamento, Transformação de Pedras Preciosas e Semipreciosas do Estado do Rio Grande do Sul - SINDIPEDRAS, a Prefeitura Municipal de Soledade no setor de Indústria e Comércio, ademais, foi conversado sobre a importância do estudo para o entendimento dos fatores competitivos das empresas de pedras preciosas, a fim de obter informações sobre as empresas e sobre as características econômicas e sociais do município de Soledade e da região.

Em uma segunda etapa, a coleta de dados foi realizada através de questionário estruturado do estudo de Fortuna (2018), com questões abertas e fechadas (Apêndice A). Desta forma, o questionário foi constituído da seguinte maneira:

- a) Apresentação do objetivo da pesquisa e orientações sobre a confidencialidade dos dados;
- b) Questões abertas referentes aos dados de identificação da empresa, como nome, segmento (ramo de atuação), o ano de início de suas atividades, o número de funcionários e localização da empresa;
- c) Questões dicotômica referente a exportação dos produtos (países que exporta) e sobre o acesso a matéria-prima (cidades que adquirem a matéria-prima);
- d) Questões de múltipla escolha sobre o porte (tamanho) da empresa;
- e) Questões fechadas sobre a inovação dos produtos e processos e o desempenho da empresa.

As questões fechadas estão estruturadas com uma escala do tipo *Likert* de onze pontos, variando de 0 (discordo totalmente) a 10 (concordo totalmente). Foi escolhida a escala do tipo *Likert*, pois as afirmações são apresentadas e o respondente emite seu grau de concordância ou discordância, a qual representa sua opinião.

Para a aplicação dos questionários foi considerado sujeito da pesquisa a pessoa que tinha o cargo de gerente ou que fosse o responsável pela empresa. Desse modo, a aplicação do questionário foi realizada pela própria pesquisadora de forma presencial e em caso de não

encontrar o responsável para a aplicação do questionário a pesquisadora retornou em outro dia.

Os questionários foram aplicados na sede das empresas, em alguns casos manteve contato telefônico para o agendamento de um horário onde pudesse aplicar o questionário, das empresas pesquisadas algumas permitiram a visitação interna da empresa, onde depois de muito trabalho do corte das pedras pode se ver a beleza que elas revelam ao mesmo tempo em que repassaram informações sobre o mercado e sobre o produto, pois o roteiro de entrevista foi estruturado de forma a permitir à pesquisadora o domínio sobre a linha de questionamento e em alguns casos obteve respostas a mais do desejado, também teve algumas que não quiseram participar da pesquisa. O tempo de duração do preenchimento dos questionários foi aproximadamente 15 minutos e a aplicação dos questionários foi no período de fevereiro de 2019 a maio de 2019.

### **3.4 Análise de Dados**

Para a análise de dados foi necessário à realização de testes estatísticos a partir dos dados que foram coletados, onde envolveu diversos procedimentos estatísticos. Foram tabulados os dados no software Excel e foram verificados os dados ausentes e os dados discrepantes.

Após ser feita a tabulação dos dados foi utilizadas as técnicas de estatística descritiva para a caracterização da amostra, utilizando tabelas, indicadores como média e desvio padrão e a técnica de análise de correlação para verificar a medida de duas ou mais variáveis que se relacionam entre si.

## **4 RESULTADOS**

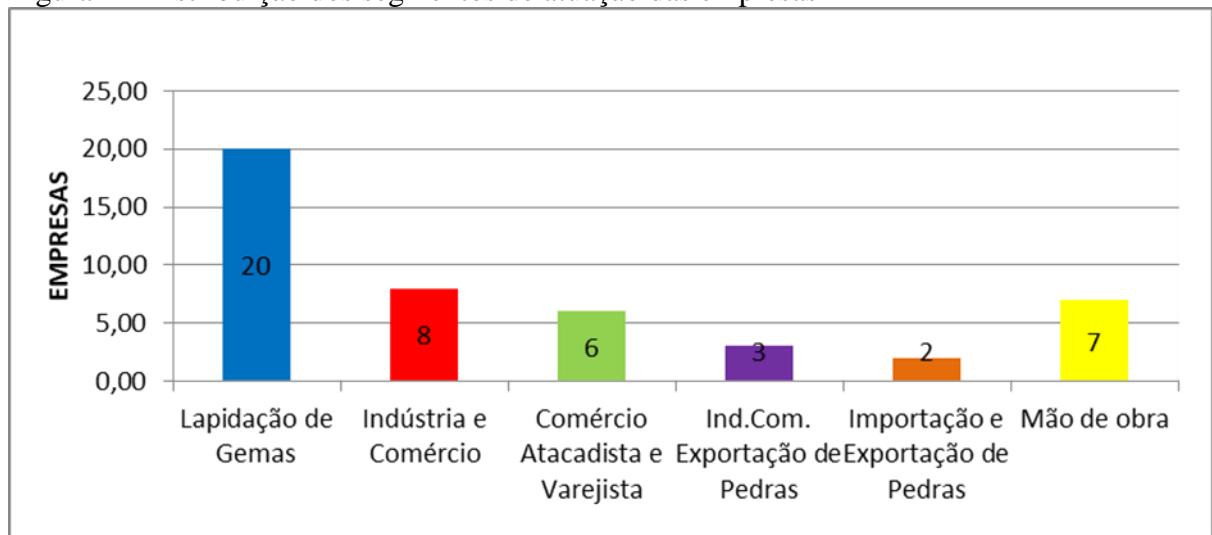
### **4.1 Descrição da Amostra**

Com base nos dados coletados, realizou-se a tabulação das respostas relacionadas com o produto de pedras preciosas. O primeiro ponto da pesquisa definido está direcionado nos fatores referentes às características do perfil das organizações, entre eles está o segmento de atuação, idade que a empresa atua no setor e número de empregados, participaram da pesquisa 46 empresas. Da mesma forma, já foi realizado outros estudos similares, como o estudo de Costenaro (2005), sobre as indústrias de pedras, apresentando algumas variáveis analisadas,

entre elas a inovação, como atividade relacionada ao melhoramento do processo e do produto, como também verificou alguns dados sobre o segmento de atuação das empresas, e o seu tamanho, onde proporcionou também avaliar os fatores que geram competitividade entre as empresas.

Segundo a Figura 1, apresenta-se uma distribuição alternada dos segmentos de atuação das empresas pesquisadas entre elas, Lapidação de Gemas, Indústria e Comércio de Pedras, Comércio Atacadista e Varejista de Pedras, Indústria, Comércio e Exportação de Pedras, Importação e Exportação de Pedras e Mão de obra - pedras brutas/corte de pedras. Dessa forma, a maior parte das organizações tem sua atividade principal voltada para a Lapidação de Gemas, com 20 empresas atuantes nesse segmento.

Figura 1 - Distribuição dos segmentos de atuação das empresas



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

A Figura 2 apresenta a idade das empresas representadas por faixa etária de atuação no mercado, onde 0 a 10 anos, de 11 a 20 anos, 21 a 30 anos, 31 a 40 anos e 41 a 50 anos, a pesquisa mostrou que há uma maior concentração de idade nas empresas com faixa etária de 11 a 20 anos.

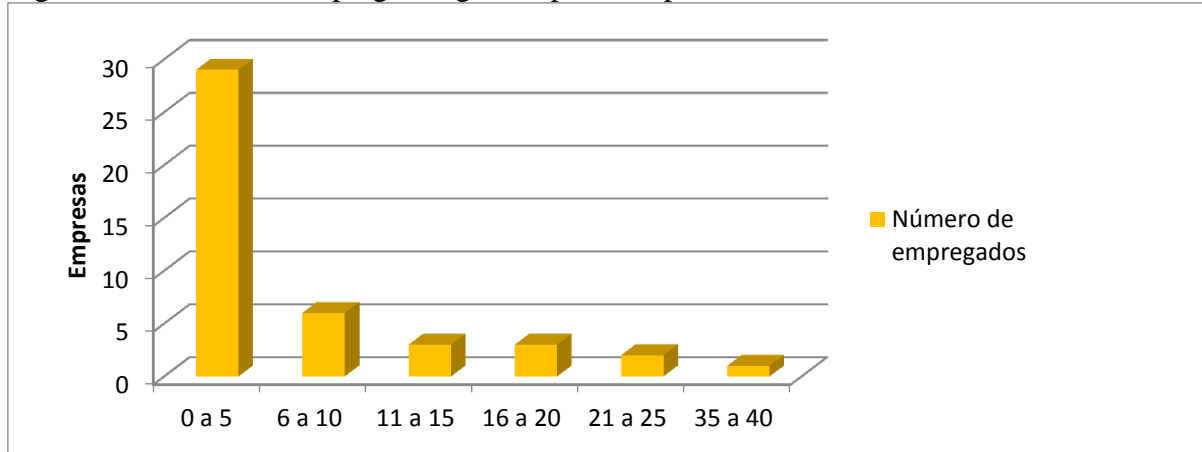
Figura 2 - Distribuição de idade das empresas por faixa etária



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

A pesquisa mostrou uma variação referente o número de empregados que cada empresa emprega, desta forma, a Figura 3 seguiu sua apresentação através de uma divisão de grupos em relação ao número de empregados, sendo de 0 a 5 empregados, de 6 a 10, 11 a 15, 16 a 20, 21 a 25, 35 a 40 empregados. Das 46 empresas pesquisadas 29 concentram-se sua margem de 0 a 5 empregados.

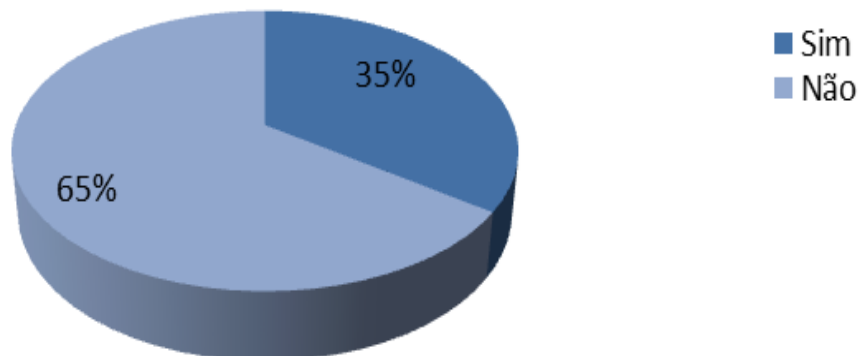
Figura 3 - Número de empregados gerado pelas empresas



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

A Figura 4 mostra a quantidade de empresas que exportam pedras preciosas em relação a empresas que não exportam. Assim, das empresas pesquisadas aproximadamente 35% exportam e 65% não exportam, conclui-se que o número de empresas que exportam é bem menor em relação as que não exportam.

Figura 4 - Quantidade de empresa que exporta

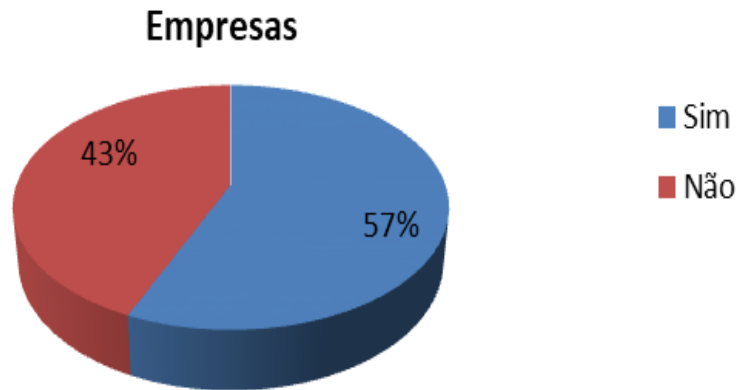


Fonte: Elaborado pela autora (2019).

No que se refere à compra de matéria-prima, a Figura 5 demonstra que a maioria das empresas do setor de pedras preciosas realizam a compra de matéria-prima para a produção de seus produtos representada por 57% das empresas pesquisadas, já 43% das empresas não

compram matéria-prima, o fato de algumas empresas não comprarem não significa que deixaram de atender bem as necessidades produtivas. Entende-se que essas empresas praticamente utilizam da estratégia de terceirização.

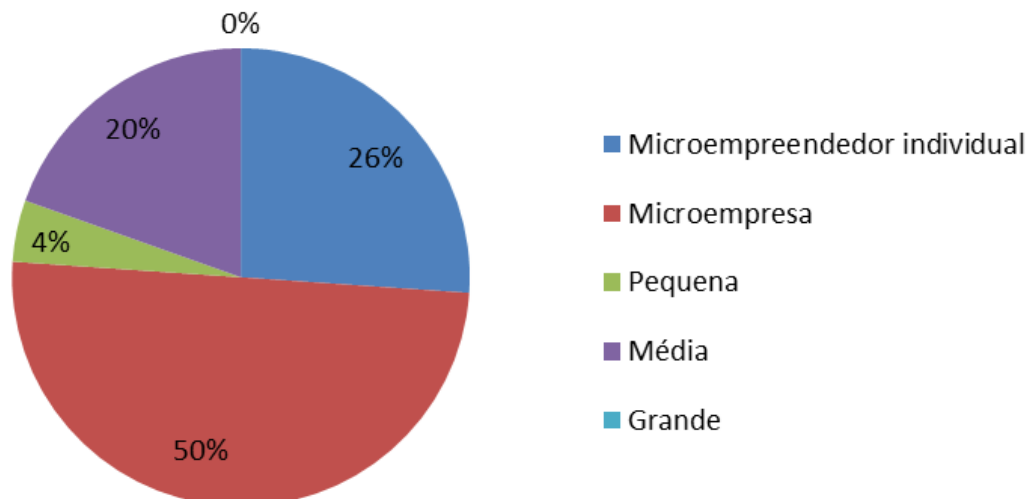
Figura 5 - Compra de matéria-prima



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

A Figura 6 mostra em porcentagem as empresas referentes ao seu tamanho, concluiu-se, que a grande maioria das empresas pesquisadas são microempresas. Entende-se que microempresa é definida com base no seu faturamento anual, número de funcionários e atividades desempenhadas.

Figura 6 - Porte da empresa



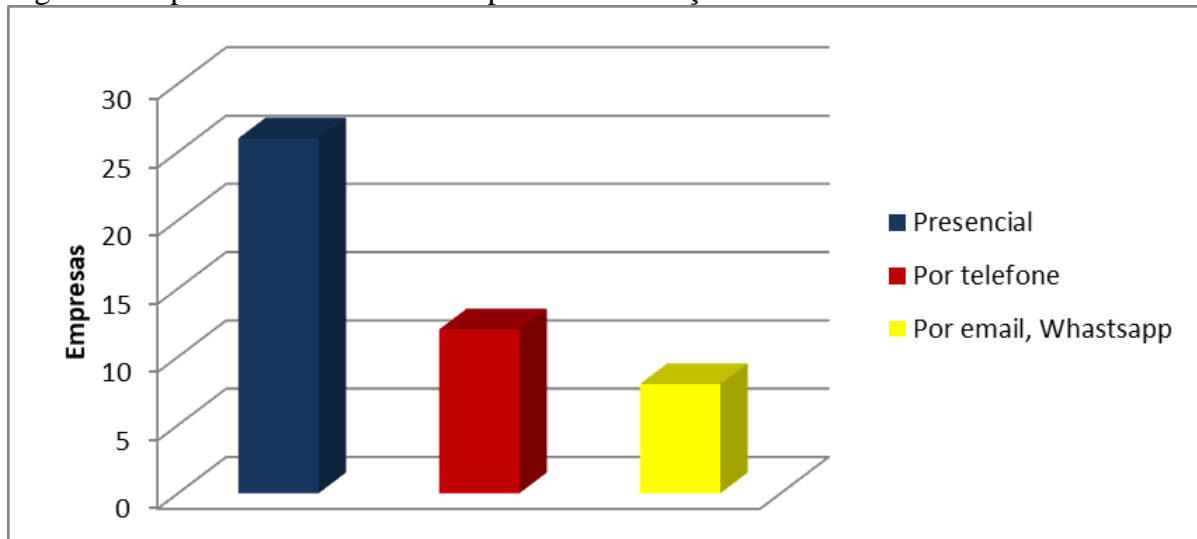
Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Foi pesquisado também quais as empresas e instituições que as empresas mantêm contato para troca de informações e conhecimentos. Assim, para finalizar essa etapa, a Figura 7 apresenta três tipos de contato que as empresas mantêm com outras empresas e instituições,



para facilitar na troca de informação e conhecimento para promover desenvolvimento local do setor de pedras, entre eles destacam-se o contato presencial, por telefone, por email/Whatsapp. A Figura mostra que o principal tipo de contato que as empresas utilizam em seu dia a dia para gerir seus processos organizacionais é o presencial.

Figura 7 - Tipo de contato com as empresas e instituições



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

#### 4.2 Análise e Interpretação dos Dados

A inovação é uma ferramenta desejada pelas empresas, contribuindo no aumento de seu desempenho e de sua vantagem competitiva (Faria & Fonseca, 2014). Da mesma maneira, o Manual de Oslo (2007, p. 30), afirma que: “a inovação visa melhorar o desempenho de uma empresa com o ganho de uma vantagem competitiva”. Deste modo, o papel da inovação dentro da organização é torná-la competitiva no mercado, podendo ser elas de maneiras internas ou externas.

Tabela 1 - Estatística descritiva de inovação (n = 46)

Variáveis	Média	Desvio-padrão
Desenvolver produtos em conjunto com outras empresas	3,067	3,014
Desenvolver projetos em conjunto com outras empresas	1,510	2,247
Desenvolver novos produtos	5,043	3,450
Desenvolver melhorias nos produtos	5,800	3,116
Desenvolver novos processos de produção	4,956	3,589
Desenvolver melhorias nos processos de produção	5,043	3,090
Investir em pesquisa e desenvolvimento	2,793	3,201
Investir em treinamento de pessoal para inovação	2,667	3,011

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Observando os resultados na Tabela 1, as empresas da aglomeração realizam inovações, desenvolvendo novos produtos ( $5,043\pm 3,450$ ), podendo ser relacionada à inovação radical. A qual demonstrada na pesquisa de Leifer, O'Connor e Rice (2002), a inovação radical transforma o relacionamento entre fornecedor e consumidor, reorganizando questões econômicas do mercado, alterando produtos presentes e dando início a novos produtos, permitindo um crescimento em determinado período. Da mesma maneira, o resultado da pesquisa de Balestrin e Verschoore (2010), a inovação radical direciona suas estratégias na elaboração de novos produtos, serviços ou processos.

Além disso, os resultados indicam que as empresas desenvolvem melhorias em produtos ( $5,800\pm 3,116$ ) e desenvolvem melhorias nos processos de produção ( $5,043\pm 3,090$ ), relacionadas às inovações incrementais. A inovação incremental é caracterizada pelo modo como ela acontece no dia a dia, destina-se na melhoria e aprimoramento de um produto, como de serviço ou processo atuais (Balestrin & Verschoore, 2010).

Constatou-se também que as empresas necessitam buscar estratégias para a melhoria e diferenciação em seus produtos e processos de produção (Baumgratz et.al. 2017). Portanto, a inovação em novos produtos proporciona a empresa expandir as suas vendas e aumentar seu faturamento, e as inovações em processos podem ocasionar na diminuição dos custos de produção, comparando com os dos concorrentes, resultando um aumento na lucratividade da empresa (Terra, Barbosa, & Bouzada, 2015).

Na Tabela 2, observam-se as variáveis de desempenho, considerando os resultados das empresas em termos de aumento de faturamento, crescimento das vendas, aumento de rentabilidade, aumento de produtividade e aumento de lucro. A variável que apresentou menor média ( $3,732\pm 2,112$ ) foi à redução de custos de produção, sendo que não ocorreu redução de custos.

Tabela 2 - Estatística descritiva de desempenho (n = 46)

Variáveis	Média	Desvio-padrão
Aumento no faturamento	6,643	1,551
Crescimento das vendas	6,421	2,005
Redução dos custos de produção	3,732	2,112
Aumento de rentabilidade	5,089	2,447
Aumento de produtividade	5,889	2,013
Aumento de lucro	5,332	2,458

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Assim, Wang e Ahmed (2007) afirmam que há duas maneiras de se mensurar o desempenho dentro das organizações, pelo desempenho de mercado através da presença de mercado da empresa, crescimento nas vendas, já o desempenho financeiro ligado à

rentabilidade e aumento de lucro. Do mesmo modo os resultados de Kava e Didonet (2019), mostram que as empresas que envolvem questões financeiras e de inovação podem desenvolver um melhor desempenho organizacional diante seus concorrentes, pois fazem uma ligação de seus conhecimentos de mercado com as estratégias de inovação.

Da mesma maneira, a relação entre inovação e desempenho das empresas da aglomeração territorial foi realizada a partir da análise de correlação de Spearman. Essa análise foi realizada com as variáveis que apresentaram médias acima do meio da escala (5,000), ou seja, em que as empresas indicaram concordância com as afirmações.

Tabela 1 - Matriz de correlação de inovação e desempenho (n = 46)

Variáveis	1	2	3	4	5	6	7	8
1 Des. novos produtos...	1,000							
2 Des. mel. nos produtos...	0,672	1,000						
3 Des. mel. nos processos..	0,734	0,738	1,000					
4 Aum. no faturamento	0,588	0,664	0,593	1,000				
5 Cresc. das vendas	0,554	0,634	0,640	0,810	1,000			
6 Aum. de rentabilidade	0,378	0,401	0,460	0,549	0,533	1,000		
7 Aum. de produtividade	0,537	0,460	0,498	0,714	0,670	0,608	1,000	
8 Aum. de lucro	0,398	0,408	0,453	0,675	0,586	0,709	0,658	1,000

Nota: As correlações de Spearman significativas ao nível de  $p < 0,01$ .

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Na análise das correlações entre as variáveis evidenciou que todas as variáveis apresentam correlações positivas e significativas ( $p < 0,01$ ). As correlações foram moderadas ( $r_s > 0,333$ ;  $r_s < 0,666$ ) e fortes ( $r_s > 0,666$ ).

Os resultados da análise da relação entre inovação e desempenho indicam que as inovações estão associadas ao desempenho, sendo que quanto maior o número de inovações radicais (produto) ou incrementais (produto e processo) maior será o desempenho. As correlações entre inovação e desempenho foram moderadas.

Desta forma, os resultados corroboram com os estudos realizados por Davila, Varvakis e North (2019), que apontam que a identificação de práticas e estratégias desenvolvidas no gerenciamento das empresas, pode favorecer a inovação e, conseqüentemente, o desempenho.

Assim, quanto maior os projetos de inovação, maior será o desempenho dentro das organizações, o que pode proporcionar vantagem competitiva para as empresas, melhorando ainda mais seu desempenho (Ferreira, Marques, & Barbosa, 2007). Da mesma maneira, observa-se que as empresas estão investindo cada vez mais em projetos de inovação, pelo fato de perceberem que a inovação é uma forma de obter competitividade (Fiesc, 2016).

De acordo com os autores Steingraber e Gonçalves (2015), conclui-se que empresas centradas na aglomeração territorial obtêm ganhos no desempenho de produtividade como no

desenvolvimento da inovação no mercado, através de externalidades positivas, economia de escala, como também do apoio de instituições e universidades. Da mesma forma, Lastres et al. (1999) afirmam que empresas concentradas em uma mesma localidade e com um mesmo setor de atividade, possuem processos de inovação em função de sua localização, melhorando seu desempenho.

## **5 CONCLUSÃO**

Este estudo se propôs verificar a relação entre a inovação e o desempenho de empresas de aglomeração territorial. Sendo assim, a inovação e o desempenho representam fatores competitivos das empresas do setor de pedras preciosas de soledade em contexto de aglomeração territorial, através da análise dos fatores que podem sustentar a competitividade das empresas nessa aglomeração. Além disso, verificar se a inovação e o desempenho têm sido utilizados para ganhar competitividade, destacando que a compreensão dos fatores que possibilitam melhorar a competitividade das empresas pode ser importante tanto para o desenvolvimento das empresas, quanto para o desenvolvimento local e regional. De modo geral, evidenciou que a inovação e o desempenho estão interligados entre si para obter vantagem competitiva.

No que diz respeito aos resultados, realizado com uma amostra de 46 empresas do setor de pedras preciosas, que apresentam uma distribuição alternada dos segmentos de atuação, mostrando que há uma maior concentração de idade nas empresas com faixa etária de 11 a 20 anos, e também mostrando uma variação referente o número de empregados de cada empresa, onde a maior parte possui até 5 empregados.

Em relação à quantidade de empresas que exportam seus produtos a pesquisa mostrou que 35% exportam e 65% não fazem exportação, com base na compra de matéria 43% das empresas compram e 57% das empresas não adquirem matéria-prima, realizam seus trabalhos através da terceirização. Mostrou-se também que, a maioria das empresas são identificadas como microempresa, e para concluir, o principal tipo de contato que as empresas utilizam em seu dia a dia para gerir seus processos organizacionais é o presencial.

Com relação aos resultados da estatística descritiva de inovação, conclui-se que o desenvolvimento de novos produtos, desenvolvimento de melhorias nos produtos e desenvolvimento de melhorias nos processos de produção, as empresas pesquisadas conseguem conquistar vantagem competitiva, pois elaboram suas estratégias para atender as necessidades dos clientes e se manterem no mercado. O desempenho apresentou como ponto

principal que não houve redução dos custos de produção. Na relação entre inovação e desempenho, apresentam-se resultados positivos entre as variáveis, indicando uma associação moderada entre ambas.

Em outros estudos, os autores Dias e Toni (2018) ressaltam a importância do desempenho organizacional, sendo que deve ser visto como resultado coerente em que os fatores internos e externos se associem e apresente diferentes maneiras de resultados para as organizações.

Ressalta-se a existência de instituições de apoio, como a associação comercial, industrial de serviços de soledade - ACIS, a Associação dos Pequenos Pedristas de Soledade - APPSOL, o Sindicato Indústria Joalherias, Mineração, Lapidação, Beneficiamento, Transformação de Pedras Preciosas e Semipreciosas do Estado do Rio Grande do Sul - Sindipedras, a prefeitura municipal de Soledade no setor de indústria e a UPF- Universidade de Passo Fundo como parcerias e projetos, auxiliando na transferência de seus conhecimentos. Por isso, o estudo tem contribuição na troca de informação e conhecimentos entre empresas e instituições, para melhor entender os fatores competitivos das empresas, que pode ser importante tanto no desenvolvimento das empresas quanto para o desenvolvimento local e regional.

Como limitações desse estudo, refere-se à dificuldade na aplicação dos questionários, pois a aplicação foi realizada diretamente com proprietários e gestores das empresas, onde nem sempre encontrava numa primeira vez, tendo que retornar em outro dia, também ao tamanho da amostra, pois apresenta um número pouco significativo em relação à quantidade total existente de empresas do setor de pedras, pelo fato de ter sido utilizada a técnica de amostragem não probabilística.

Para pesquisas futuras, sugere-se que seja realizada a pesquisa com uma amostra maior de empresas, para analisar como um todo o setor que é fundamental para a economia local, buscar compreender o motivo pelo qual as empresas não conseguem reduzir custos de produção, uma avaliação mais ampla sobre inovação e desempenho e novas técnicas para obter vantagem competitiva.

## REFERÊNCIAS

- Araujo, C., Modolo, D., & Júnior, E. C. (2017). Identificação e categorização das principais referências usadas em publicações em inovação organizacional. *Revista Brasileira de Gestão e Inovação*, 5(2), 132-158.

- Balestrin, A., & Verschoore, J. (2010). Aprendizagem e inovação no contexto das redes de cooperação entre pequenas e médias empresas. *Organizações & Sociedade*, 17(53), 311-330.
- Barney, Jay B. Hesterly, William. S. (2011). *Administração estratégica e vantagem competitiva*. 3.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall.
- Baumgratz, A., Teixeira, G., Werlang, N. B., Flach, R. O., & Favretto, F. (2017). Inovatividade organizacional e desempenho inovador em supermercados: um estudo de caso múltiplo. *Revista Brasileira de Gestão e Inovação*, 5(2), 107-131.
- Bencke, F. F., Gilioli, R. M., & Royer, A. (2017). Inovação disruptiva: uma análise das pesquisas empíricas publicadas no Brasil. *Revista Brasileira de Gestão e Inovação*, 5(2), 159-180.
- Beuren, I. M., & Marcello, I. E. (2016). Relação da importância dos recursos estratégicos com as medidas de desempenho em empresas brasileiras. *Iberoamerican Journal of Strategic Management (IJSM)*, 15(1), 65-82.
- Bittencourt, P. F., Rapini, M. S., & Paranhos, J. (2012). Reflexos locacionais na interação universidade-empresa nos setores químico e farmacêutico brasileiro. *Ensaio FEE*, 33(2), 453-482.
- Brito, E. P. Z., Brito, L. A. L., Porto, E. C., & Szilagyi, M. E. (2010). A relação entre aglomeração produtiva e crescimento: a aplicação de um modelo multinível ao setor industrial paulista. *Revista de Administração Contemporânea*, 14(4), 615-632.
- Brito, E. P. Z., Brito, L. A. L., & Morganti, F. (2009). Inovação e o desempenho empresarial: lucro ou crescimento? *Revista de Administração de Empresas - eletrônica*, 8(1).
- Brusco, S. (1990). The idea of the industrial district: its genesis. In: Pyke, F.; Becattini, G.; Sengenberger, W. *Industrial districts and inter-firm co-operation in Italy*. International Institute for Labour Studies. Chap. 2, 10-19.
- Cezarino, L. O. & Camponar, M. C. (2005). Vantagem competitiva para micro, pequenas e médias empresas: clusters e APLs. *Anais do Encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas – EGEPE*, Curitiba, Paraná, Brasil, 4.
- Costenaro, M. A. (2005). Indústria de pedras preciosas: um estudo dos fatores competitivos em empresas de Soledade-RS. Tese de Mestrado, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria. RS, Brasil.
- Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of management journal*, 34(3), 555-590.
- Dias, D. T.A., Toni, D. (2018). Fatores impactantes no desempenho organizacional: proposição de um modelo conceitual. *Revista Gestão Organizacional*, 11(3), 110-127.
- EXPOSOL – Feira Internacional de Soledade. (2018). *Chega ao fim em Soledade uma das maiores Exposol dos últimos tempos*. 2018. Recuperado de

<https://www.exposol.com.br/11130/chega-ao-fim-em-soledade-uma-das-maiores-exposol-dos-ultimos-tempos/>

- Faria, B.F. M. & Fonseca, M. V. (2014). Cultura de inovação: conceitos e modelos teóricos. *Revista de Administração Contemporânea*, 18(4), 372-396.
- Figueiredo, J. D. C. & Di Serio, L. C. (2007). *Estratégia em clusters empresariais: conceitos e impacto na competitividade. Clusters empresariais no Brasil: casos selecionados*. São Paulo: Saraiva, 1-18.
- Fortuna, C.A. (2018). *Aglomeração de empresas: recursos, inovação e desempenho em empresas do setor metal-mecânico*. (Dissertação de mestrado). Faculdade Meridional, Passo Fundo, RS, Brasil.
- Garcia, R. (2006). Economias externas e vantagens competitivas dos produtores em sistemas locais de produção: as visões de Marshall, Krugman e Porter. *Ensaio FEE*, 27(2), 301-324.
- Grant, R. M. (1991). The resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation. *California management review*, 33(3), 114-135.
- IBGE – Instituto Brasileiro Geografia Estatística. (2017 ). *População estimada*. DRecuperado de <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/soledade/panorama>
- Kava, L., & Didonet, S. R. (2019). The Influence of Market Orientation on Exploration and Exploitation Innovation Strategies and Organizational Performance. *Revista Brasileira de Marketing*, 18(1), 1-16.
- Lacerda, C. C. O. , Souza, S. M. A. de, & da Silva, A. L. L. (2016). Identificação dos fatores competitivos presentes no cluster de confecções de João Pessoa no estado da Paraíba. *Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios*, 9(2), 106-133.
- Leifer, R., O'Connor, G. C., & Rice, M. (2002). A implementação de inovação radical em empresas maduras. *Revista de Administração de Empresas*, 42(2), 17-30.
- Macedo, M. Á. da S., & Silva, F. D. F. da (2005). Análise de desempenho organizacional: propondo uma modelagem utilizando indicadores financeiros e não financeiros na avaliação de performance empresarial. *Revista Alcance*, 12(2), 211-231.
- Manual de Oslo. (2007). *Diretrizes para a coleta e interpretação de dados sobre inovação*. Disponível em: <[www.finep.org.br](http://www.finep.org.br)>. Acesso em: 28 maio. 2019.
- Marshall, A. (1996). *Princípios de Economia. Organização Industrial: Concentração de indústrias especializadas em certas localidades*. Editora Nova Cultural Ltda. São Paulo-SP. Cap. X, pp. 317-325.
- Paredes, B. J. B., Santana, G. A., & de Albuquerque Fell, A. F. (2014). Um estudo de aplicação do radar da inovação: o grau de inovação organizacional em uma empresa de pequeno porte do setor metal-mecânico. *Navus-Revista de Gestão e Tecnologia*, 4(1), 76-88.
- Porter, M. E. (1998). *Clusters and the new economics of competition*. Boston: Harvard Business Review. p.77-89.

- Porter, M.E. (1999). *Competição= On competition: estratégias competitivas essenciais*. 9. ed. Rio de Janeiro: Editora Campus Ltda, 1999. Cáp. X . p.211-228.
- Oliveira Pugas, P. G., & dos Santos Fernandes, R. (2014). Externalidades positivas em aglomerações de empresas: um estudo no aglomerado de fundição da cidade de Cláudio (MG), Brasil. *Gestão & Regionalidade*, 30(89), 49-62.
- Rattner, H. (1975). Os custos sociais da aglomeração metropolitana. *Revista de Administração de Empresas*, 15(6), 39-57.
- Silva, P. M. da (2014). Aglomerados e turismo: análise da produção científica nacional e internacional sobre o tema. *Turismo-Visão e Ação*, 16(2), 338-357.
- Souza, A. C. R., & de Mello, S. C. B. (2011). Estratégias, fatores de mercado, posicionamento competitivo e desempenho de médias e grandes empresas: Um levantamento na região Nordeste do Brasil. *Revista Alcance*, 18(3 (Jul-Set)), 287-301.
- Storti, A. T., & Mazon, F. S. (2011). Estudo sobre o setor de pedras em Soledade (RS) sob a ótica das teorias dos distritos industriais. *Perspectiva Econômica*, 7(1), 27-41.
- Terra, N. M., Barbosa, J. G. P., & Bouzada, M. A. C. (2015). A influência da inovação em produtos e processos no desempenho de empresas brasileiras. *RAI - Revista de Administração e Inovação*, 12(3), 183-208.
- Toledo, F. L. B., Mafioletti, K., Amal, M., & Hoeltgebaum, M. (2016). Estudo em clusters tecnológicos ibero americanos. *REAd-Revista Eletrônica de Administração*, 22(2), 453 - 476.
- Venkatraman, N., & Ramanujam, V. (1986). Measurement of business performance in strategy research: A comparison of approaches. *Academy of management review*, 11(4), 801-814.
- Wang, C. L., & Ahmed, P. K. (2007). Dynamic capabilities: A review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 9(1), 31-51.

## APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO

Prezado Empresário!

Este questionário faz parte de uma pesquisa que está sendo realizada na Faculdade Meridional - IMED, sob a coordenação do professor Dr. Claudionor Guedes Laimer e tem como objetivo analisar a competitividade das empresas da região norte do estado do Rio Grande do Sul.

Todos os dados e informações obtidos nesta pesquisa são de caráter confidencial e destinam-se ao estudo acadêmico. Você levará aproximadamente de 10 a 15 minutos para responder o questionário.

Carolini Gugel | Pesquisadora  
[carol.gugel@hotmail.com](mailto:carol.gugel@hotmail.com)

Claudionor Guedes Laimer | Pesquisador  
[claudionor.laimer@imed.edu.br](mailto:claudionor.laimer@imed.edu.br)

QUESTIONÁRIO Nº \_\_\_\_\_



**Dados de identificação da empresa:**

Nome da empresa: \_\_\_\_\_ Bairro: \_\_\_\_\_  
 Segmento (ramo de atuação): \_\_\_\_\_  
 Ano de início das atividades: \_\_\_\_\_ Número de funcionários: \_\_\_\_\_

**Assinale com um “X” na alternativa que corresponde à realidade da empresa:**

A empresa exporta seus produtos?  Não.  
 Sim.

Se sim, para quais países?	E, qual % do faturamento?

**OBS:** Caso exporte para outros países, coloque o nome e o percentual do faturamento ao lado.

Em que ano a empresa iniciou a exportação? \_\_\_\_\_  
 Quais produtos a empresa exporta (número)? \_\_\_\_\_

A empresa compra matéria-prima?  Não.  
 (matéria-prima bruta s/ beneficiamento)  Sim.

Se sim, quais países?	E, qual % das compras?
Se sim, quais cidades?	E, qual % das compras?

**OBS:** Caso compre de outros países ou cidades brasileiras, coloque o nome e o percentual das compras ao lado.

Qual é o porte (tamanho) da empresa?  Microempreendedor individual MEI  
 Microempresa Inferior a R\$ 360 mil  
 Pequena Entre R\$ 360 mil a R\$ 4,8 milhões  
 Média Entre R\$ 4,8 milhões a R\$ 300 milhões  
 Grande Superior a R\$ 300 milhões

**OBS:** Se a empresa pesquisada for uma filial indicar o porte (tamanho) com base na média de faturamento dessa filial.

Quais são as empresas e instituições que a sua empresa mantém contato para troca de informações e conhecimentos (relacione em ordem de importância as 5 empresas e/ou instituições):

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

Qual é o principal tipo de contato com as empresas e instituições?  Presencial (face a face)  
 Marque um “X” na alternativa que melhor representa a opinião.  Por telefone  
 (apenas uma)  Por e-mail, WhatsApp, etc.

Avalie cada uma das afirmativas, indicando a sua opinião. **Marque um “X” no número que melhor representa a sua opinião.**

Agora procure avaliar as seguintes afirmações sobre a inovação de produtos e processos da sua empresa		Qual é o seu grau de concordância?																		
		Discordo totalmente					←————→											Concordo totalmente		
1	A empresa desenvolveu inovação de produto ou de processo com outras empresas ou instituições.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10								
2	A empresa desenvolveu projeto de pesquisa com outras empresas ou instituições.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10								
3	A empresa desenvolveu novos produtos e/ou serviços nos últimos anos.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10								
4	A empresa melhorou significativamente produtos e/ou serviços nos últimos anos.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10								
5	A empresa desenvolveu novos processos de produção nos últimos anos.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10								
6	A empresa melhorou significativamente processos de produção nos últimos anos.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10								
7	A empresa investiu em pesquisa e desenvolvimento de produtos ou processos nos últimos anos.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10								
8	A empresa contratou e/ou investiu em treinamento de funcionários para as atividades de inovação nos últimos anos.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10								

Nesta parte final, informe como está o desempenho da sua empresa nos últimos anos.		Qual é o seu grau de concordância?																		
		Discordo totalmente					←————→											Concordo totalmente		
9	Houve aumento no faturamento da empresa nos últimos anos.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10								
10	Houve crescimento nas vendas da empresa nos últimos anos.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10								
11	Houve redução de custos de produção da empresa nos últimos anos.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10								
12	Houve aumento da rentabilidade da empresa nos últimos anos.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10								
13	Houve aumento na produtividade da empresa nos últimos anos.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10								
14	Houve aumento no lucro da empresa nos últimos anos.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10								

Caso deseje receber uma cópia do resultado final desta pesquisa, informe seu e-mail:

E-mail: \_\_\_\_\_

**MUITO OBRIGADA PELA SUA PARTICIPAÇÃO!**