

ESTUDO INTERDISCIPLINAR DO ÍNDICE DE INOVAÇÃO PARA O SETOR INDUSTRIAL DE VESTUÁRIO

¹Alex Rotta Romani, ^{2,*}Flavio de São Pedro Filho, ³Haroldo de Sá Medeiros,
⁴Fabio Rogério de Moraes and ⁵Gelson Barros Cardoso

¹Mestre em Administração pelo Programa de Pós-Graduação Mestrado em Administração da Universidade Federal de Rondônia. Membro e pesquisador do Grupo de Pesquisa em Gestão da Inovação e Tecnologia (GEITEC / UNIR / CNPq), Brasil. Participante do EMPRETEC (Metodologia da Organização das Nações Unidas – ONU), Brasil

²Pós-Doutor em Gestão e Economia pela Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal. Doutor em Administração pela Universidade de São Paulo, Brasil. Doutor em Gestão de Empresas pela Universidad Autónoma de Asunción, Paraguay. Docente e Pesquisador na Universidade Federal de Rondônia onde Coordena o Grupo de Pesquisa em Gestão da Inovação e Tecnologia da UNIR / CNPq, Brasil

³Doutorando em Administração pela Universidade de Fortaleza (UNIFOR), Brasil. Docente e Pesquisador na Universidade Federal de Rondônia. Membro Colaborador do GEITEC / UNIR / CNPq, Brasil

⁴Doutor em Administração pela Fundação Educacional Inaciana Padre Sabóia de Medeiros, Brasil. Professor e Pesquisador na Universidade Federal de Rondônia, Brasil. Membro do GEITEC / UNIR / CNPq, Brasil

⁵Mestrando pelo PROFIAP / UNIR. Membro do GEITEC / UNIR / CNPq, Brasil

ARTICLE INFO

Article History:

Received 20th February, 2018
Received in revised form
21st March, 2018
Accepted 03rd April, 2018
Published online 31st May, 2018

Key Words:

Gestão, Indústria,
Inovação,
Índice,
Vestuário.

ABSTRACT

O objetivo geral foi o de construir um Índice de Inovação do Setor Industrial de Vestuário na capital rondoniense. Os objetivos específicos foram: analisar o setor industrial de vestuário em face de dados estaduais cruzados, envolvendo o PIB, aspectos demográficos e a quantidade de indústrias do setor (1); elaborar o índice de inovação considerado para as indústrias do setor de vestuário portovelhense (2), e efetuar uma crítica fundamentada na operacionalidade deste índice, de modo a identificar o seu contexto operacional (3). Para responder a este questionamento, foi utilizada a Teoria Institucionalista de North (1990). Os procedimentos metodológicos adotados possuem natureza qualitativa e quantitativa, sendo centrados no Método de Análise de Conteúdo. Foi utilizado o software SPSS para a geração de índices comprováveis por meio do processo VARIMAX de Rotação Ortogonal dos Fatores. Como resultado se reforça a comprovação do isomorfismo das rupturas institucionais, sendo calculado um Índice com o valor de 0,666. Conclui-se que o Índice de Inovação do setor está em uma zona intermediária, indiferente à dimensão de influência setorial, o que não afeta positivamente ou negativamente as indústrias do ramo.

Copyright © 2018, Alex Rotta Romani et al. This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Citation: Alex Rotta Romani, Flavio de São Pedro Filho, Haroldo de Sá Medeiros, Fabio Rogério de Moraes and Gelson Barros Cardoso, 2018. "Estudo interdisciplinar do índice de inovação para o setor industrial de vestuário", *International Journal of Development Research*, 8, (05), 20664-20671.

INTRODUCTION

O delineamento de estratégias para a indústria pode incluir propostas da destruição criativa, mediante perspectivas

*Corresponding author: Flavio de São Pedro Filho,

Pós-Doutor em Gestão e Economia pela Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal. Doutor em Administração pela Universidade de São Paulo, Brasil. Doutor em Gestão de Empresas pela Universidad Autónoma de Asunción, Paraguay. Docente e Pesquisador na Universidade Federal de Rondônia onde Coordena o Grupo de Pesquisa em Gestão da Inovação e Tecnologia da UNIR / CNPq, Brasil.

schumpeterianas, satisfazendo um desenvolvimento econômico industrial compatível com os desejos individuais e coletivos. Assim, requer que os conceitos de inovação sejam relacionados com os de sustentabilidade, de modo a incrementar uma ruptura organizacional sistêmica exposta ao desequilíbrio ao longo do tempo e à franca alteração de produtos e processos produtivos que prejudicam o meio ambiente. O processo de inovação não pode ser realizado aleatoriamente, pois a sua implementação envolve risco, complexidade e conhecimento específicos, se constituindo de

etapas, fases, processos, e demais elementos sobre o negócio e ambiente, bem como a sua influência sobre outras variáveis inerentes à inovação das indústrias, como no caso do ramo de Vestuário, alvo deste estudo. Desta forma, é importante que se elabore um índice que satisfaça a complexidade da inovação, envolvendo as informações de negócio que se relacionam ao tema e aos contextos locais. Assim, propõe-se, como objetivo geral, a construir o índice de inovação para o setor industrial de vestuário da cidade de Porto Velho, Capital do Estado Rondônia, no Brasil. Os objetivos específicos são: analisar o setor industrial de vestuário em face de dados estaduais cruzados, envolvendo o PIB, aspectos demográficos e a quantidade de indústrias do setor (1); elaborar o índice de inovação considerado para as indústrias do setor de vestuário portovelhense (2), e efetuar uma crítica fundamentada na operacionalidade deste índice, de modo a identificar o seu contexto operacional (3).

Referencial teórico

A Teoria Institucionalista ingressa como o suporte inicial deste trabalho investigativo, permitindo levantar constructos lógicos fundamentais para construção, interpretação, análise crítica e certificação do índice de inovação na industrial. Assim, serão abordados neste tópico os conceitos da Teoria Institucionalista, de inovação organizacional e de gestão estratégica para competitividade na indústria.

Teoria institucionalista

A Teoria Institucionalista estudada em Barbosa Neto e Colauto (2010) e proposta por North pode ser compreendida como o resultado da convergência entre teorias políticas, sociológicas e econômicas. Conjectura instituições, padrões de comportamentos, crenças de grupos, regras, organizações de indivíduos, bem como a sua evolução; procura visualizar a razão pelas quais determinadas organizações seguem modelos similares, ao invés da diferenciação. Cavalcante (2011) permite afirmar que as instituições diminuem as incertezas criando padrões que limitam a reação das pessoas à modelagem ou forma; e que as estruturas delineiam o modo de vida dos indivíduos, gerando compromisso pelo rompimento do caráter isomorfo das instituições, para, agora, satisfazer a um universo mais amplo de desejos revelados no mercado. Nesse sentido, North (1990) define instituição como sendo as regras ou restrições sociais que modulam a forma como os humanos interagem no campo político, social e econômico. Tal argumento explica a classificação de restrições humanas em dois níveis: formais e informais.

As restrições formais são deliberadas por autoridades e incluem as leis, constituição, regras políticas, judiciais e de contratos, estas emergem da minoria que detém o poder e os meios de implantá-las. As restrições informais emergem do próprio povo, com base na sua cultura entre as gerações, em determinados grupos sociais, conforme aborda Cavalcante (2011). Cavalcante (2011) ainda aponta que North percebeu e relatou que no novo institucionalismo econômico existiam elementos modificados da teoria proposta por Joseph Schumpeter, quanto este aborda sobre os processos disruptivos, com base na inovação. Outro não seria o entendimento, pois as instituições ocupam um lugar central na análise do processo de desenvolvimento econômico, além de definirem o ambiente em que a sociedade está inserida, e o conjunto de alterações das restrições formais e informais que

resultam na própria mudança institucional, consubstanciando a estrutura institucional das sociedades e organizações focalizadas por North (1990). Por consequência, as incertezas próprias do sistema econômico e os elevados custos de transação justificam a existência das instituições, que passam a coordenar, neste contexto, as ações coletivas, promovendo a estabilidade requerida para o intercâmbio humano, como tratado por Aguilar e Fonseca (2011).

Inovação organizacional na indústria

O conceito de inovação organizacional na indústria abordado em Gomes, M Neto e Giotto (2011) trata sobre a competência para reunir um novo conhecimento associado à ciência e à tecnologia, que venha permitir a elaboração ou a transformação de um novo produto ou serviço a ser ofertado com vantagem competitiva. A competência e os dotes na indústria são determinantes na ofertado de bens com inovação, em uma cadeia de valor com reputação, patentes e licença de exclusivo acesso a determinados fatores produtivos. O autor propõe diversas etapas a serem cumpridas, entre a invenção e a oferta ao consumidor final do bem. Estas atividades são funcionais da empresa, impondo o desenvolvimento de logística, mobilização para compras, meios para a produção, dentre outros indutores que assegurem a disponibilização do novo produto, processo ou equipamento em escala ao mercado consumidor. A academia usufrui da obra *The Theory of Economic Development* de Joseph Schumpeter, consagrando os principais estudos sobre inovação mediante a destruição criativa. O autor apresenta a inovação como as novas combinações ou fenômeno de desenvolvimento econômico, como algo diferenciado oriundo dos recursos disponíveis, ou mediante uma forma diferente ou modificada de fazê-lo tornando o bem absolutamente diferente da sua forma original. Filho e Guimarães (2010) afirmam que o conceito de inovação se difundiu a partir destas contribuições *schumpeterianas*, e se emergiu como campo próprio de pesquisa, no geral associado a outros fenômenos em diferentes níveis cognitivos.

Seria esta a desestabilização que o capitalismo impera na sua rota de expansão ou de recessão, na dinâmica resultante de fatores externos, como as guerras ou revoluções, crescimento populacional e a própria inovação como fenômeno criador. São fenômenos expansionistas que influenciam na modificação dos bens de consumo, método de produção e transporte, mercados consumidores, fontes energéticas e organização industrial. Monteiro Júnior (2011) ingressa uma visão reducionista de inovação, ao delimitar este fenômeno de duas formas, a saber, a inovação incremental e a radical. A primeira corresponde ao aperfeiçoamento gradual em processos, produtos ou serviços, configurando um sistema de melhora contínua; a outra se refere à introdução de novo produto, serviço, práticas, processos e até mesmo novos mercados. Portanto, está evidente que o recurso basilar para as organizações inovarem é o conhecimento. Seria esta a via especialização geradora da ação, o principal motor da inovação e não apenas os meios de produção, recursos naturais, mão de obra ou capital.

Gestão estratégica para competitividade

As históricas mudanças do ambiente industrial e comercial alavancadas pelos novos meios de comunicação e formas de competição levam as empresas a seguir transformações e tendências de mercado. Neste cenário predomina o

favorecimento dos negócios em face da concorrência, há a antecipação e as previsões de tendências, como também a dinâmica na alteração mercadológica. Cada empresa em competição possui implícita ou explicitamente estratégias competitivas que são as providências admitidas por meio do planejamento das suas atividades departamentais com a visão no mercado. Ou ainda, pela busca espontânea e não direcionada de desenvolvimento, e que neste caso raramente conduzirá à mais adequada atuação. Desta forma, os gestores enfatizam o planejamento estratégico que reflita nos benefícios decorrentes da formulação das estratégias competitivas. Esta providência garante, no mínimo, as políticas internas em suporte aos objetivos das organizações, como se prescreve em Porter (2004).

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia pode ser entendida como um conjunto de métodos adotados na condução de uma pesquisa, segundo sua natureza. Por método se entende o caminho ou a forma de enfrentamento em investigação, o modo de pensamento ou de abordagem no nível de abstração dos fenômenos, o que requer sejam preestabelecidos os objetivos. Siena (2007) afirma que é o conjunto de processos ou operações mentais aplicados em pesquisa, implicando a utilização de tecnologia como ferramentas de tratamento de dados e de informações. Esta pesquisa adota procedimentos qualitativos e quantitativos, sendo elaborada por meio do Método de Análise de Conteúdo. Tem apoio em fontes bibliográficas para confronto de natureza empírica. A estratégia para a proposição em foco e em relação aos objetivos, a tornam como de natureza descritiva, pois descreve características do fenômeno, cujos dados são tratados com aplicação do *software* SPSS.

dimensão. Uma vez que essas dimensões e a explicação de cada variável estejam determinadas, os dois principais usos da análise fatorial – resumo e redução de dados – podem ser conseguidos. Ao resumir os dados, a análise fatorial obtém dimensões latentes que, quando interpretadas e compreendidas, descrevem os dados em um número muito menor de conceitos do que as variáveis individuais originais. A redução de dados pode ser conseguida calculando escores para cada dimensão latente e substituindo as variáveis originais pelos mesmos, como afirma Hair et al. (2005). Para efeito desta pesquisa foi utilizado o método VARIMAX de rotação ortogonal dos fatores, o teste de esfericidade de Bartlett e o teste de *Kaiser-Meyer-Olkin* [KMO], sendo estes testes utilizados nesta pesquisa como técnicas de aferição de adequação do método ao banco de dados levantados.

Roteiro metodológico: A seguir são descritas as etapas percorridas neste trabalho que foram julgadas essenciais para a consolidação do processo de construção dos índices de desempenhos em razão do objeto de estudo do presente trabalho, conforme Figura 1.

Construção do índice de inovação do setor industrial de vestuário na capital rondoniense: Nesta fase são demonstrados os resultados conforme a ordem dos objetivos da pesquisa, tendo por finalidade elucidar as questões propostas através de gráficos, mapas e índices. Primeiramente é contextualizado o cenário da investigação, permitindo compreender uma evolução histórica do fenômeno, enquanto demonstra um processo evolutivo centrado da cultura e tradição regional. O desenvolvimento centrado no processo de inovação desde Schumpeter, tratado no tópico próprio deste documento, permite a aferição de caráter sistêmico nas indústrias como geradoras do progresso técnico.

Figura 1. Roteiro Metodológico

1 Etapa	2 Descrição
1.1	2.1 Escolha e formatação do modelo de questionário.
1.2	2.2 Aplicação dos questionários
1.3	2.3 Elaboração de um modelo de planilha em Excel.
1.4	2.4 Tabulação dos dados.
1.5	2.5 Utilizar a ferramenta SPSS, através da Análise Fatorial Exploratória, baseada no método Varimax.
1.6	2.6 Observar os critérios de adequação dos dados à análise fatorial.
1.7	2.7 Determinar os índices de desempenho por parâmetros
1.8	2.8 Determinar os índices gerais de desempenho da gestão da inovação.
1.9	2.9 Analisar os resultados obtidos.

Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

Procedimentos e modelo analítico

Aplica-se o raciocínio próprio da pesquisa hipotético-dedutiva idealizado em Popper e que segundo Gerhardt e Silveira (2009) deve seguir o ordem de elaboração do problema, hipóteses, dedução de consequências observadas, tentativa de falseamento e corroboração. Desta forma, nesta pesquisa é primeiramente alçado e concluído o mesmo problema, de modo a evitar a dialética comum à complexidade que ronda as investigações no campo das ciências sociais aplicadas. A Análise Fatorial Exploratória [AFE] é uma classe de métodos estatísticos multivariados cujo propósito principal é definir a estrutura subjacente em uma matriz de dados. Em termos gerais, a AFE aborda o problema de analisar a estrutura das inter-relações entre um grande número de variáveis, definindo um conjunto de dimensões latentes comuns, chamadas de fatores. Com a análise fatorial, o pesquisador pode primeiro identificar as dimensões separadas da estrutura e então determinar o grau em que cada variável é explicada por cada

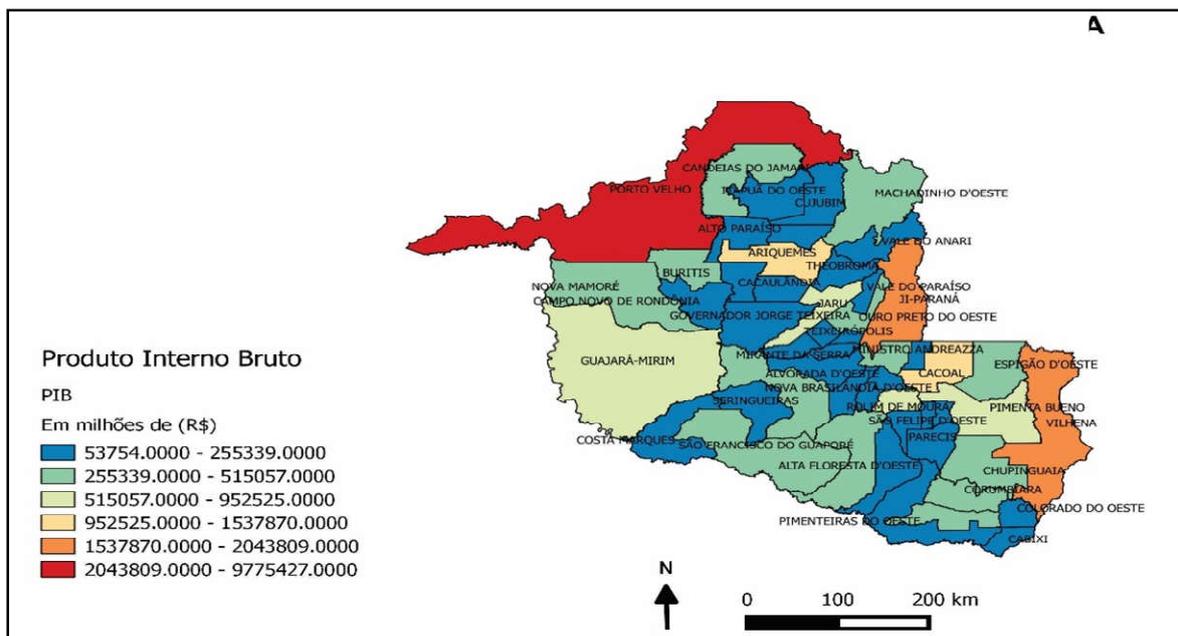
Buscas efetuadas em Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção [ABIT], (2015) traz informes significativos para resultados inerentes à crítica sobre índices de inovação, por isso foi considerado neste tópico, pois reflete o índice a ser construído, em face do confronto deste em estudo comparado. Esta associação de classe indicou que o Setor de Confecção de Vestuário no Brasil supera trinta mil empresas, empregando em média cinco funcionários cada, beneficiando diretamente mais de um milhão de pessoas. Embora o país seja o terceiro maior produtor mundial de confecções e o quarto maior produtor de têxteis, a sua participação mundial no comércio é apenas 0,5%, o que o remete à 23ª posição no ranking de exportadores. Inobstante, o setor cresceu de 62% para 83% faturando aproximadamente US\$773 bilhões em 2013.

Análise do setor industrial de vestuário em Rondônia

Neste tópico é apresentada a análise crítica dos dados cruzados envolvendo aspectos relativos ao Produto Interno Bruto,

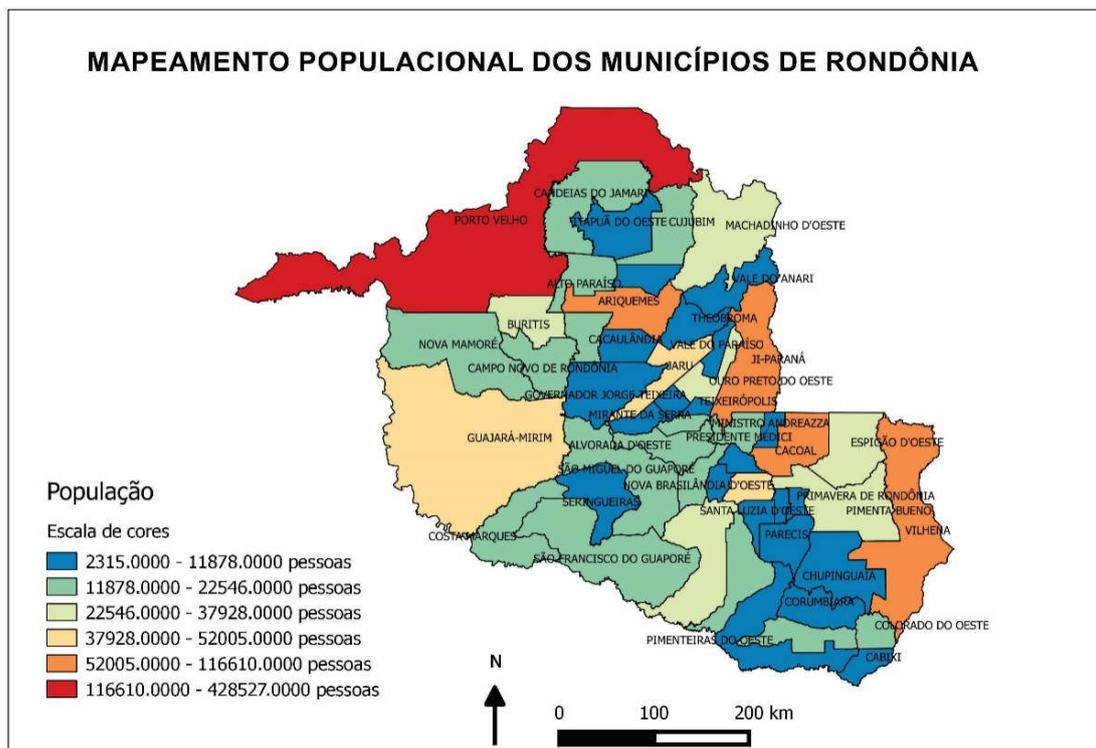
aspectos demográficos e a quantidade de indústrias do setor de vestuário dos Municípios rondonienses. Para o primeiro aspecto foram admitidos os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE], (2010) sobre o Produto Interno Bruto [PIB] dos municípios rondonienses, que permitiu neste estudo, que fosse elaborado o ranking dos dez municípios mais ricos do Estado de Rondônia. O ranking indica que o município de Porto Velho possui o maior PIB entre os demais, com o valor aproximadamente 478% maior que o segundo colocado, que é o município de Ji-Paraná. Entretanto, a análise da conjuntura das demais Mesorregiões demonstra que, dos dez municípios com maior PIB, nove situam-se na Mesorregião Leste Rondoniense e na Mesorregião Madeira Guaporé. A Figura 2 apresenta a concentração do PIB nos municípios de Rondônia.

Para o segundo aspecto, neste caso o demográfico, sendo relacionado à quantidade populacional dos municípios, se sobressai novamente a Capital Porto Velho, com aproximadamente 367% mais contingente populacional do o Município de Ji-Paraná, segundo colocado no ranking. Oito dos dez mais populosos encontram-se situados no Leste Rondoniense, e na Mesorregião Madeira-Guaporé, apenas Porto Velho e Guajará-mirim se incluem no ranking. A Figura 3 apresenta a concentração populacional dos municípios de Rondônia em escala de cores. Para o terceiro e último aspecto a ser analisado, este tem base no levantamento da quantidade de Indústrias do Setor de Vestuário. Utilizaram-se os dados da Federação das Indústrias do Estado de Rondônia [FIERO] (2014), ficando evidente que Porto Velho, com 65 indústrias de vestuário, se anuncia como o maior em número do setor.



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados do IBGE (2010).

Figura 2. Concentração do Produto Interno Bruto dos municípios de Rondônia, Brasil



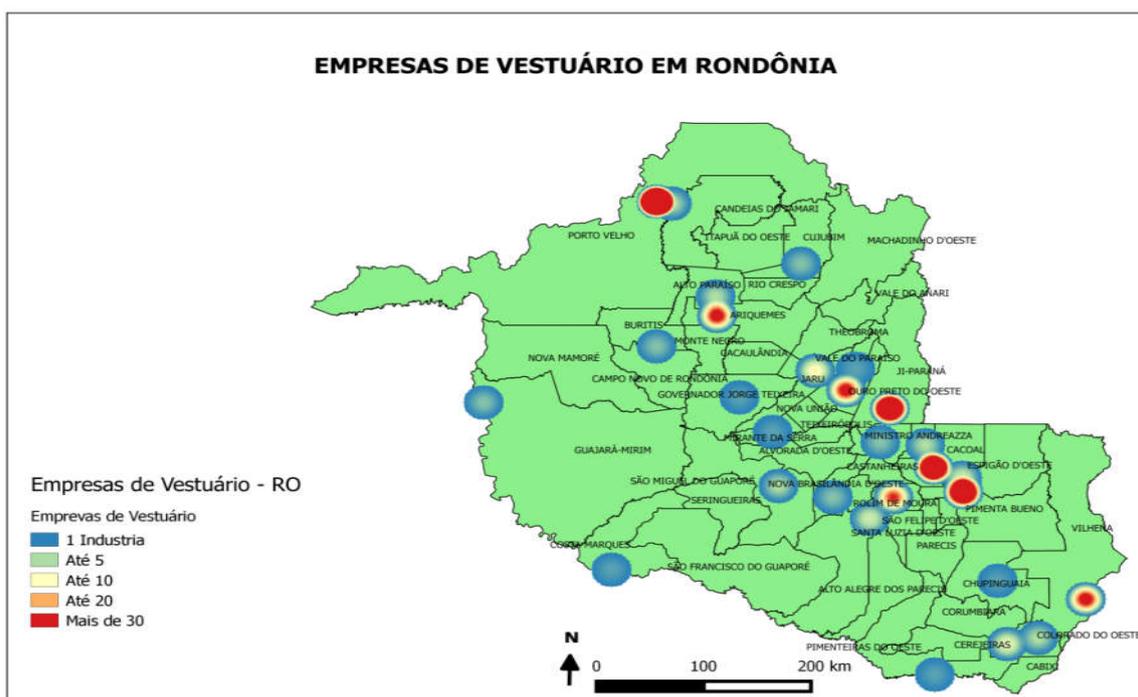
Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados do IBGE (2012).

Figura 3. Concentração populacional dos municípios de Rondônia

O segundo lugar ressurge o município de Ji-paraná com 34 indústrias, representando 52% do número da Capital Porto Velho, como se demonstra na Figura 4. A análise permite ainda apontar as significativas concentrações industriais no ramo estudado, de forma a se evidencie por mesorregião. Verifica-se que o Leste Rondoniense possui nove municípios no ranking levantado, enquanto a Mesorregião Madeira-Guaporé apenas Porto Velho é listado. Esta tarefa conduz à demonstrar na Figura 5 tal representação.

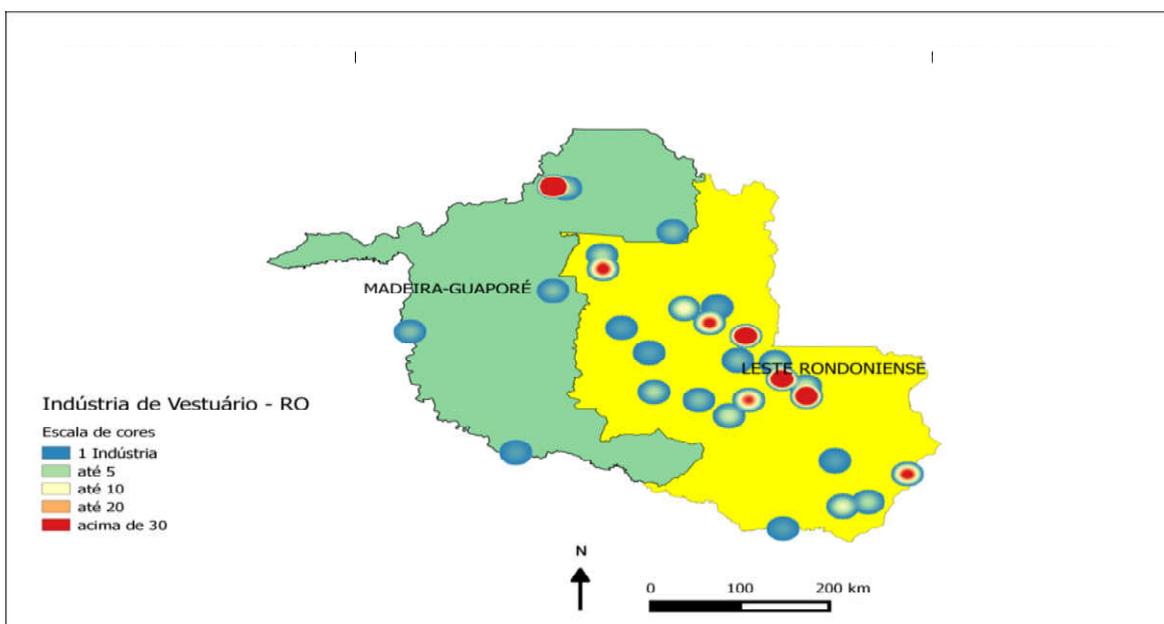
Índice de inovação do setor industrial de vestuário na capital rondoniense: Muitos são os métodos e ferramentas utilizados para se implantar a Gestão da Inovação, o desafio dos gestores está em encontrar e implantar as ferramentas adequadas a cultura da instituição, de modo a conduzir o processo com eficiência.

Para promover mudanças através de ferramentas e métodos é necessário conhecer o ambiente em que a organização está inserida desta forma o presente artigo propôs construir o Índice de Inovação do Setor Industrial de Vestuário de Porto Velho e para isso tomou como base um modelo adaptado das cinco dimensões da Gestão da Inovação proposta pela Confederação Nacional das Indústrias por intermédio da Cartilha Gestão da Inovação (2010). Levantando efetuado para este resultado indica o porte das Indústrias do Setor de Vestuário de Porto Velho; assim, 61,54% estão na categoria de microempresas com até dezenove empregados; e 30,77% são pequenas empresas com vinte a noventa e nove empregados; apenas 7,69% das indústrias possuem de cem a quatrocentos e noventa e nove funcionários. As cinco dimensões referem-se a forma como a Gestão Inovação é conduzida nas indústrias do Setor de Vestuário de Porto Velho quanto as dimensões: Ambiente,



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da Fiero (2014).

Figura 4. Concentração das Indústrias de vestuário em Rondônia



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados do IBGE (2012).

Figura 5. Mapa da concentração das Indústrias do Setor de Vestuário no Estado de Rondônia

Pessoas, Estratégia, Liderança e Resultados. No Figura 6 temos uma escala categorizada dos índices e no Figura 7 temos os índices em conformidade com a escala que indicam através das cores se o atual índice encontrado nas dimensões propostas afeta negativamente, afeta positivamente ou se está em estado de indiferença não afetando positiva ou negativamente.

Figura 6. Escala de categoria dos índices.

Menor que 0,333	Afeta negativamente o setor
Entre 0,334 e 0,666	Indiferente
Entre 0,667 e 1	Afeta positivamente o setor

Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

Figura 7. Índice de Inovação do Setor Industrial de Vestuário de Porto Velho

Dimensão da Gestão da Inovação	Descritiva das dimensões	Índice
1. Ambiente	1.1 Ambientes mais abertos e flexíveis, onde amplas possibilidades de acesso a novas fontes de conhecimento e maior tolerância a diversidade sejam possíveis atraem pessoas criativas e talentosas (Cartilha Gestão da Inovação, 2010).	0,611
2. Pessoas	2.1 No centro de todos os processos de uma empresa sempre vamos ter pessoas. Elas se constituem nos ativos mais importantes para a criação de valor para o negócio (Cartilha Gestão da Inovação, 2010).	0,714
3. Estratégia	3.1 A estratégia tem sido usada pelo homem de forma sofisticada e singular, transformando-o no principal agente de transformação do meio em que vive. Qualquer plano ou iniciativa para inovar deve estar devidamente alinhada com a visão de futuro e com a estratégia do negócio (Cartilha Gestão da Inovação, 2010).	0,601
4. Liderança	4.1 Na inovação o papel da liderança é determinante, sua visão de futuro, escolhas estratégicas, apetite ao risco e tolerância a erros, determinam como a empresa se comportará frente aos desafios e oportunidades (CARTILHA GESTÃO DA INOVAÇÃO, 2010).	0,668
5. Resultados	5.1 Só existe inovação quando existem resultados. Eles são fundamentais para a sobrevivência da empresa. Porém nem sempre os resultados são consequências de um processo estruturado e sistemático, muitas vezes é fruto do acaso, por isso é fundamental identificar se os resultados são decorrentes de sistemas e métodos implantados (Cartilha Gestão da Inovação, 2010).	0,737
6. Índice Geral	6.1 Indica o índice geral da Inovação nas indústrias do Setor de Vestuário de Porto Velho.	0,666

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2018).

Crítica Fundamentada na Operacionalidade dos Índices Construídos: Aplicado o questionário e tratando os dados por meio SPSS obtém-se o índice da dimensão do ambiente. Constata-se que o índice de 0,611, que foi cruzado com os demais índices, se encontra em uma região de indiferença com relação ao enquadramento, o que não afeta positiva ou negativamente as indústrias de vestuário no cenário pesquisado. A influência neste resultado decorre dos questionamentos sobre a mesma dimensão, onde 46,15% dos respondentes afirmam que poucas vezes ou eventualmente são criados situações como espaços de contribuição devidamente sistematizados para a contribuição dos colaboradores no processo de gestão estratégica da inovação empresarial, enquanto que 53,85% afirmam que tais situações acontecem algumas vezes. Quanto à avaliação e gerenciamento adequado da melhoria do ambiente e das condições de trabalho visando gerar qualidade de vida para todos, 46,15% afirmam as melhorias ocorrem sempre ou quase sempre, enquanto que 46,16% visualizam o fenômeno ocorrer poucas vezes ou algumas vezes. Quando questionados se os locais de trabalho são planejados de forma a possibilitar a integração das pessoas, proporcionando maior qualidade de vida à força de trabalho, 46,16% acreditam que isso ocorre quase sempre ou sempre, 46,15% afirmam que isso ocorre algumas vezes, enquanto que 7,69% informam que isso acontece eventualmente. Já a concessão de autonomia para se utilizar parte do tempo destinado a jornada de trabalho para se dedicar a projetos inovadores que estejam sendo desenvolvidos por equipes de outros setores, ocorre eventualmente em 7,69% dos casos, acontece poucas vezes ou algumas vezes em 61,54% dos casos e sempre ou quase sempre em 30,77% das indústrias. A dimensão Pessoas obteve um índice de Inovação de 0,714, que

neste caso infere-se que os fatores analisados na geração desse resultado afetam positivamente as indústrias do setor em Porto Velho. Quando perguntados se o sistema de recrutamento, seleção, progresso, promoção, treinamento e remuneração das pessoas prevê a valorização de talentos, como valores essenciais para se trabalhar na empresa, afirmam ocorrer

sempre ou quase sempre 30,77% dos respondentes, já para 61,54% o fato ocorre algumas vezes ou poucas vezes, enquanto que para 7,69% o fenômeno acontece eventualmente. No que se refere à ocorrência de reconhecimento e recompensas inclusive financeiras a pessoas com talento, 46,15% afirmam ocorrer sempre ou quase sempre, 46,15% afirmaram ocorrer algumas vezes, enquanto que 7,69% relataram que evento ocorre eventualmente. As pessoas são educadas, treinadas e capacitadas para gerar valor para o negócio através da inovação, usando métodos e ferramentas devidamente sistematizados segundo os respondentes isso se reflete sempre ou quase sempre em 61,54% dos casos, já para 30,76% o fato ocorre poucas vezes ou algumas vezes, enquanto que para 7,69% ocorre apenas eventualmente. O sistema de distribuição de resultados abrange todos os colaboradores e é proporcional aos esforços realizados na busca de resultados pela inovação, sempre ou quase sempre para 38,46% das indústrias, enquanto que 61,54% dos casos o fato ocorre poucas ou algumas vezes. Na dimensão Estratégia o resultado demonstrou um Índice de Inovação de 0,601, o que denota indiferença, ou seja, não afeta significativamente de modo positivo ou negativo o setor analisado. Para consolidação desse índice, os respondentes afirmaram que o desdobramento da estratégia é feito de forma a se identificar como e quanto a inovação pode contribuir para a sobrevivência do negócio sempre e quase sempre em 38,46% dos casos, já poucas vezes e algumas vezes correspondem a 53,85% das ocorrências enquanto que 7,69% afirmaram que o processo nunca ocorre. A inovação, como fonte geradora de valor para o negócio, é priorizada e desdobrada até o nível de plataformas, de projetos e de planos, no planejamento estratégico do negócio, sempre e quase sempre em 38,46% das indústrias do

setor, já para 61,54% o fato ocorre poucas vezes e algumas vezes. A alta administração consegue perceber o grau de contribuição da inovação (econômico, financeiro, imagem, *marketshare* etc) para o negócio e constantemente avalia o grau de maturidade do sistema de gestão da inovação da empresa sempre e quase sempre em 53,85% das indústrias, enquanto que poucas vezes e algumas vezes representam 46,15%. O ambiente vigente na empresa pressupõe que a inovação é uma atividade de risco, aceitando bem os fracassos quando eles ocorrem e aproveitando estas oportunidades para aprender com os erros cometidos em 38,46% das empresas, 7,69% afirmaram nunca e 53,84% relataram ocorrer poucas vezes ou algumas vezes. A dimensão Liderança obteve índice de 0,668, situando-se em uma zona de neutralidade quanto aos efeitos positivos ou negativos na indústria de vestuário de Porto Velho. A consolidação do atual resultado aconteceu de acordo com quatro questionamentos, o primeiro questiona se a principal liderança divulga, estimula e apoia a inovação e o uso de sistemas, metodologias e ferramentas específicas voltadas para a geração de inovação na empresa, bem como implementa processos e projetos voltados para a geração de valor, no qual 15,38% relatam que o fato ocorre sempre ou quase sempre, enquanto que 84,61 afirmam ocorrer poucas vezes ou algumas vezes. Quanto ao fato de a principal liderança conduzir pessoalmente as reuniões de definição da visão de futuro, dos objetivos, do escopo, da escolha de plataformas, da disponibilização de orçamentos, bem como de seus desdobramentos em planos e projetos, sempre ou quase sempre representam 46,16% do universo pesquisado, poucas vezes e algumas vezes representam 53,84%. A principal liderança promove e apoia a criação de ambientes que visem à promoção da criatividade, o estímulo da diversidade e um ambiente favorável à inovação na empresa em 46,15% sempre ou quase sempre, enquanto que 46,15% o fato ocorre poucas vezes ou algumas vezes, para 7,69% das indústrias o fato ocorre apenas eventualmente. A principal liderança colabora, divulga, pratica e reconhece o uso de sistemas, metodologias e ferramentas específicas voltadas à geração de inovação na empresa sempre ou quase sempre em 46,15% das empresas, poucas vezes ou algumas vezes é realidade de 53,85% do universo da pesquisa.

Na dimensão Resultados, obteve-se um índice de Inovação de 0,737 e segundo o critério adotado nesta pesquisa as ações do Setor Industrial de Vestuário de Porto Velho quanto aos critérios avaliados nesse campo afetam de forma positiva o setor. Corroborou para esse resultado o fato dos resultados obtidos serem definidos previamente no planejamento estratégico da empresa sempre ou quase sempre em 61,54% das empresas e poucas vezes ou algumas vezes em 38,46% dos casos. Os resultados obtidos foram definidos previamente no planejamento estratégico da empresa sempre ou quase sempre em 76,93% das indústrias e poucas vezes ou algumas vezes em 23,07%. Os planos e/ou projetos voltados para gerar as inovações ficam dentro dos orçamentos previamente definidos pela liderança sempre ou quase sempre em 69,23% dos casos e poucas vezes em 30,77%. As inovações ocorreram nos diversos setores e em todos os níveis organizacionais da empresa e as pessoas foram devidamente reconhecidas e recompensadas financeiramente sempre ou quase sempre em 30,76% das empresas e poucas vezes ou algumas vezes em 69,23%. O Índice de Inovação Geral das Indústrias do Setor de Vestuário de Porto Velho, Rondônia, atingiu 0,666 e situa-se, portanto, em uma zona de indiferença, não afetando positiva ou negativamente as atividades do setor. Fica evidente,

portanto, o espaço para melhorias de modo que a Gestão da Inovação direcionada maximize os resultados dessas empresas seja através da abertura de novos mercados, criação de novos produtos, novas formas de comercialização, organização ou atendimento.

Conclusão

A formação do Estado de Rondônia foi moldada por duas mudanças institucionais, a Estrada de Ferro Madeira Mamoré e a Construção da BR-364, tais mudanças vieram embutidas de conceitos diferentes, a primeira impactou a Mesorregião Madeira-Guaporé a conduzindo para uma economia extrativista e pouco dinâmica, a segunda impactou a Mesorregião Leste Rondoniense e a conduziu juntamente com políticas públicas ao desenvolvimento de atividades vinculadas a agropecuária em base tecnológica e com isso atraiu a as primeiras indústrias do Estado. Os traços implantados pelas duas mudanças institucionais se revelaram na análise do contexto de Rondônia quanto ao Setor Industrial de Vestuário, no que tange PIB, quantitativo populacional e de Indústrias do Setor de Vestuário, de modo que a Mesorregião Madeira-Guaporé possui Produto Interno Bruto inferior mesmo tendo iniciado seu processo de desenvolvimento décadas antes da Mesorregião Leste Rondoniense. A análise populacional reforça o isomorfismo das rupturas institucionais, pois a maioria dos municípios mais populosos do Estado se concentra no Leste Rondoniense, na Madeira-Guaporé; a capital, Porto Velho é exceção por ser a maior cidade, e onde o maior tempo de desenvolvimento e a centralização das atividades administrativas do serviço público estadual corroboraram para este quadro. A quantidade de Indústrias nos municípios segue a tendência concentrando no Leste Rondoniense o maior número indústrias de vestuário por cidade, com destaque para Ji-paraná, Pimenta Bueno e Cacoal, enquanto que na Madeira-Guaporé desponta apenas a cidade de Porto Velho com a maior concentração do estado. No entanto ao considerar uma relação de proporção entre PIB, o quantitativo populacional e o número de Indústrias de Vestuário, cidades como Pimenta Bueno, Cacoal e Ji-paraná possuem média superior. Neste sentido conclui-se que Porto Velho possui espaço para surgimento de novas empresas, bem como ampliação das já instaladas, visto que possui a maior geração de valores e quantitativo populacional de todo o estado.

Os Índices de Inovação demonstram que as dimensões Ambiente, Estratégia e Liderança apresentaram os menores índices, e devem, portanto, ser alvo de estudo da Indústrias de Vestuário no sentido de promover melhorias nesses campos e favorecer a Gestão de Inovação de forma positiva e maximizar a competitividade do Setor em Porto Velho frente a outras regiões do Estado. Já os Índices de Inovação das dimensões Pessoas e Resultados, demonstraram bons índices, e, portanto, sugere-se que as políticas industriais do setor se mantenham, contudo, se faz importante realizar mapeamentos constantes para identificar anomalias e corrigi-las se que isso afeta a Gestão da Inovação das empresas. Justifica-se esta abordagem em face da sua relevância acadêmica, social, econômica para oferecer subsídios informacionais relacionada ao setor de vestuário no estado de Rondônia. A tendência será dar suporte teórico-operacional na construção de estratégia competitiva nas organizações estabelecidas em uma região com características socioculturais diferenciadas como a Região Amazônica. O produto desta tarefa poderá servir aos pesquisadores, executivos e gestores desejosos de informações

para melhorar a tomada de decisão e compreender o contexto setorial local, podendo assim usufruir dos idealizadores e constructos emergentes desta pesquisa.

REFERÊNCIAS

- ABIT. Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção. 2015. *O poder da Moda: Cenários, desafios, perspectivas*. São Paulo: ABIT.
- Aguilar Filho, H. A. and Fonseca, P. C. D. 2011. Instituições e cooperação social em Douglas North nos intérpretes weberianos do atraso brasileiro. *Revista Estudos Econômicos*, 41:3, jul.
- Barbosa Neto, J. E. and Colauto R. D. 2010. Teoria Institucionalista: estudo bibliométrico em anais de congressos e periódicos científicos. *ConTexto*, Porto Alegre, 10:18: pp. 63-74.
- Cavalcante, F. R. C. 2011. *Análise da desigualdade regional no estado de Rondônia à luz da Teoria Institucionalista de Douglas North*. Tese de doutorado, Universidade Federal do Pará, Belém.
- Cavalcante, F. R. C. 2012. O índice de capital social empresarial (ICSE) na área de livre comércio de Guajará-Mirin, Rondônia: Uma análise a partir da Teoria do Desenvolvimento Endógeno. *Revista de Administração e Negócios da Amazônia*, 4:2.
- FIERO. Federação das Indústrias do Estado de Rondônia. Recuperado do site <https://portal.fiero.org.br>
- Filho, A. and Guimarães, TA. 2010. Conhecimento, aprendizagem e inovação em organizações: uma proposta de articulação conceitual. *Revista de Administração e Inovação*, São Paulo, 7:2; pp. 127-149.
- Gerhardt, TE. and Silveira, DT. 2009. *Método de Pesquisa*. Porto Alegre: UFRGS.
- Gomes, G. M., Neto, DP. and Giotto, OT. 2011. Análise do conteúdo dos artigos de inovação publicados nos anais do ALTEC, SIMPOI e EnANPAD 2003 – 2007. *Revista de Administração e Inovação*, São Paulo, 8:4: pp. 27-44. Recuperado do site <http://www.revistas.usp.br/rai/article/view/79236/pdf_51
- Hair, J. F. et al., 2005. *Análise multivariada de dados* (5a ed.). Porto Alegre: Bookman.
- IBGE, 2007. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Contagem da população*. Rio de Janeiro: IBGE. (Sistema IBGE de Recuperação Automática de Dados). Recuperado de www.sidra.ibge.gov.br
- Monteiro Júnior, J. G. 2011. *Criatividade e inovação*. São Paulo: Person Prentice Hall.
- North, D. C. 1990. *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge: Univesity Press.
- Porter, M. E. 2004. *Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência*. Rio de Janeiro, Elsevier.
- Schumpeter, J. A. 1988. Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Nova Cultural.
- SEBRAE, 2010. Cartilha Gestão da Inovação. Sebrae disponível no link http://www.ipdeletron.org.br/wwwroot/pdf-publicacoes/8/cartilha_gestao_inovacao_cni.pdf acessado em 5 de Maio de 2018.
- Siena, O. 2007. Metodologia da pesquisa científica: elementos para elaboração e apresentação de trabalhos acadêmicos. Porto Velho: PPGMAD.
