



Gestão & Regionalidade

ISSN: 1808-5792

revista.adm@uscs.edu.br

Universidade Municipal de São Caetano
do Sul
Brasil

Baldisera, Helem; Ceretta, Gilberto Francisco; dos Reis, Dácio Roberto
RELAÇÃO ENTRE INTRAEMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO: UM ESTUDO EM
EMPRESAS PARTICIPANTES DO APL DE TI DO SUDOESTE DO PARANÁ
Gestão & Regionalidade, vol. 33, núm. 97, enero-abril, 2017, pp. 100-117
Universidade Municipal de São Caetano do Sul
Sao Caetano do Sul, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=133450056007>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

RELAÇÃO ENTRE INTRAEMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO: UM ESTUDO EM EMPRESAS PARTICIPANTES DO APL DE TI DO SUDOESTE DO PARANÁ

RELATIONSHIP BETWEEN INTRAPRENEURSHIP AND INNOVATION: A STUDY IN PARTICIPATING COMPANIES OF THE IT FOR APL OF PARANA SOUTHWEST

Helem Baldisera

Graduada em Administração pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná (Unioeste), Francisco Beltrão (PR), Brasil

Data de recebimento: 03-12-2015

Data de aceite: 29-06-2016

Gilberto Francisco Ceretta

Doutorando em Administração pelo Programa de Mestrado e Doutorado em Administração da Universidade Positivo (UP). Professor do curso de Administração da Unioeste. Membro dos grupos de pesquisa GEIC e GI, Francisco Beltrão (PR), Brasil

Dálcio Roberto dos Reis

Doutor em Gestão Industrial pela Universidade de Aveiro (Portugal). Professor titular do Programa de Mestrado e Doutorado em Administração da Universidade Positivo, Curitiba (PR), Brasil

RESUMO

A presente pesquisa objetivou verificar a existência de relação entre o Índice de Inovatividade de Produto (Inip) e as práticas intraempreendedoras em empresas do APL em Tecnologia da Informação do Sudoeste do Paraná. Utilizando-se de métodos quantitativos foram aplicados dois questionários, enviados no formato de *survey*, aos gestores e colaboradores responsáveis pelo P&D de 47 empresas, sendo a amostra final formada por 16 empresas. A análise foi realizada através de estatística descritiva, seguida pelo cálculo do Inip e, por fim, pelo teste de correlação ρ Spearman. Os resultados revelaram que, na maioria das empresas, o Inip apresentou-se baixo e também evidenciou a percepção dos fatores que condicionam o intraempreendedorismo. Porém, a correlação entre o Inip e os fatores do intraempreendedorismo não apontou a existência de relações (nível de significância de $p > 0,005$). Apenas quando analisadas separadamente uma variável do intraempreendedorismo apontou correlação positiva moderada.

Palavras-chave: Inovação; intraempreendedorismo; empresas de TI.

ABSTRACT

This study aimed to verify the existence of relationship between Product Innovation Index (Inip) and intrapreneurial practices in the APL technology companies in the Southwest of Paraná information. Using quantitative methods, with application of two questionnaires to managers and employees responsible for R & D in 47 companies sent in survey format, with the final sample comprised of 16 companies. The analysis was performed using descriptive statistics, followed by calculating the Inip and finally by the ρ Spearman correlation test. The results revealed that in most companies the product innovation index presented himself down, also showed the perception of the factors that influence the intrapreneurship. However, the correlation between the Inip and intrapreneurship factors did not indicate the existence of relations (significance level of $p > 0.005$). Only when analyzed separately, intrapreneurship variable pointed moderate positive correlation.

Keywords: Innovation; intrapreneurship; TI companies.

Endereço dos autores:

Helem Baldisera
helemc.baldisera@gmail.com

Gilberto Francisco Ceretta
gilbertoceretta@gmail.com

Dálcio Roberto dos Reis
dalcio.reis@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O processo de inovação se desenvolve a partir da capacidade de pessoas envolvidas na empresa gerarem novos bens e serviços, bem como na melhoria operacional e de processos, ou de mudanças nas práticas organizacionais. O empreendedor se caracteriza por estar atento às necessidades e oportunidades de gerar inovação. É também essencial que as empresas fomentem o processo inovador em seus colaboradores, com incentivo e reconhecimento, em um ambiente favorável, juntamente com ações que desenvolvam as características empreendedoras individuais, tornando-os verdadeiros intraempreendedores.

Os recursos oferecidos, graças aos avanços tecnológicos das máquinas, internet, redes de comunicação e equipamentos, aproximam as empresas de seu mercado. O acesso à informação e recursos tecnológicos são fatores determinantes na gestão das organizações em uma economia cada vez mais globalizada. Segundo Ferreira (2008), empresas do ramo de tecnologia, informação e comunicação utilizam meios tecnológicos presentes e necessários para o desenvolvimento de suas atividades, objetivando serem agentes de inovação. O setor de TIC conta com uma indústria altamente desenvolvida, e procura através de pesquisas e financiamentos a melhoria constante da qualidade no ramo (SOFTEX, 2014?).

O objetivo da presente pesquisa é verificar a existência de relação entre o Índice de Inovação de Produto (Inip) e as práticas do intraempreendedorismo presentes nas empresas do Arranjo Produtivo Local (APL) de Tecnologia da Informação (TI) do Sudoeste do Paraná. O artigo está organizado, além do tópico introdutório, da seguinte forma: (1) referencial teórico, que possibilitou a sustentação das análises e considerações finais; (2) método utilizado para operacionalizar a pesquisa no alcance do objetivo proposto; (3) análise dos dados com uma prévia caracterização das empresas participantes da pesquisa, Inip encontrado em cada uma delas,

fatores do intraempreendedorismo existentes e correlação entre inovação de produtos e intraempreendedorismo; e (4) considerações finais, nas quais os autores evidenciam os resultados encontrados e propõem novas pesquisas.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Inovação

Schumpeter (1982) destaca a inovação como elemento fundamental para a dinâmica capitalista. Em sua teoria do desenvolvimento econômico relata que a introdução de uma inovação no mercado e o lucro gerado através dela transformam uma economia estática em um processo dinâmico. Há, nesse sentido, uma relação entre as inovações e as mudanças, ou combinações, que acontecem na Organização em decorrência do ciclo econômico, do processo produtivo, da competitividade e da necessidade de satisfação dos consumidores. É um processo profundamente ligado à adoção de novas tecnologias em substituição às antigas, denominado destruição construtiva.

A inovação e o progresso tecnológico foram aprofundados por autores chamados neo-schumpeterianos para determinar os processos de desenvolvimento, mudanças técnicas e inovação. De acordo com Corazza e Fracalanza (2004), a procura por compreender o desenvolvimento e as mudanças da tecnologia econômica encontrou uma sistemática na teoria da evolução voltada aos princípios de variações, mutações e dinâmicas que conduzem à evolução da economia. Para os autores, na visão neo-schumpeteriana a inovação é um processo de busca fundamentada em conhecimentos humanos acumulados ao longo do tempo que permitem a geração da inovação.

Dosi (2006) observa a inovação através do paradigma tecnológico definido pela necessidade de satisfazer problemas por meio do conhecimento

formal e da capacitação específica. A inovação tecnológica é a solução dos problemas, e esta solução inovadora acontece por meio da descoberta e implantação de novas criações e invenções, que, comercializadas, tornam-se métodos inovadores em diversos âmbitos.

Segundo Perez (2004), as mudanças tecnológicas ditam um modo de crescimento gradual e afetam

as organizações de forma econômica e social. Para a autora, as mudanças técnicas envolvem estes processos sociais e econômicos, gerando invenções que, se isoladas, não acarretam mudanças, mas quando difundidas em ondas de inovação possibilitam o acontecimento de mudanças.

Encontram-se na literatura sobre o tema outras definições de inovação listadas no Quadro 1.

Quadro 1 – Conceitos de inovação

Drucker (2003)	Inovar significa gerar mudanças em algum bem ou serviço através da percepção de algo novo, explorado dentro ou fora da Organização, que provoque mudanças de valor e satisfação.
Manual de Oslo	Uma inovação é a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas. (OECD, 2007, p. 55)
Bessant e Tidd (2009)	Inovação envolve possibilidades novas e radicais através da criação de um novo produto, identificação de novos e já existentes mercados para serem explorados e fomentados com novos e melhorados processos.
Trott (2012)	A inovação é a gestão de todas as atividades envolvidas no processo de geração de ideias, desenvolvimento de tecnologias, fabricação e marketing de um produto novo ou aperfeiçoado, de um processo de fabricação [...]. (TROTT, 2012, p. 15)

Fonte: Elaboração dos autores (2015).

Percebe-se no Quadro 1 que os conceitos de inovação apresentados estão relacionados, principalmente, com mudanças e melhorias voltadas aos produtos e serviços como também às práticas organizacionais. A inovação acontece por meio de novas ideias e criações a partir da percepção das oportunidades no ambiente em que a empresa está inserida.

De acordo com a OECD (2007) existem quatro tipos de inovação como descritas no Quadro 2, e se caracterizam por serem novas ou por apresentarem melhorias significativas. O tipo de inovação acarreta mudanças no método de trabalho ou na produção e, conseqüentemente, no aumento da produtividade e desempenho comercial.

Quadro 2 – Tipos de inovação

Inovação de produto	Bem ou serviço novo ou significativamente melhorado em suas características ou na sua utilização. Incluem-se melhorias técnicas em componentes, materiais, softwares, funcionalidades e facilidades de uso.
Inovação de processo	Método de produção novo ou significativamente melhorado. Mudanças técnicas em equipamentos ou softwares.
Inovação de marketing	Método de marketing, novo ou melhorado, que quando implantado gera mudança na concepção do produto ou embalagem, no seu posicionamento, preço e promoção.
Inovação organizacional	Novos métodos organizacionais de práticas gerenciais, de relações externas e também no local de trabalho.

Fonte: OECD (2007). Adaptado pelos autores (2015).

Mattos e Guimarães (2005) e Bessant e Tidd (2009) afirmam que a inovação pode ser caracterizada como incremental quando são feitas pequenas melhorias no produto, serviço ou processo que aperfeiçoam o desempenho funcional e aumentam a eficiência e a qualidade dos processos. A inovação ainda pode ser radical quando as melhorias feitas são grandes e envolvem mudanças no funcionamento de produtos, serviços ou processos com nova tecnologia empregada.

Segundo Perez (2004), as inovações incrementais acontecem sucessivamente na busca por melhoria dos produtos e processos, e criam o aumento da produtividade, da eficiência e da precisão dos processos. Já as inovações radicais criam produtos ou processos totalmente novos para a Organização ou para o mercado. Com isso, Bessant e Tidd (2009) destacam que as empresas devem oferecer produtos e serviços novos ou melhorados antes que outros o façam, mantendo a inovação constante dentro do próprio ambiente.

2.2. Intraempreendedorismo

Segundo Eesley e Longenecker (2006), o intraempreendedorismo é a prática de criação de novos produtos e oportunidades de negócios em uma Organização através da capacitação proativa. O empreendedorismo interno, do termo *intrapreneuring*, acontece quando as inovações e ideias do espírito empreendedor ocorrem dentro da empresa (PINCHOT, 1989). Conclui Fillion (2004), afirmando que o intraempreendedor é um empreendedor dentro de uma Organização, que ambos possuem a forte característica de visão das oportunidades e a capacidade de transformá-las em realidade, além de atuarem como criadores de novas possibilidades para a Organização, principalmente através de ações inovadoras que causam mudanças nas organizações.

Durante os anos de 1970 e 1990 muitas pesquisas tiveram o objetivo de definir o intraempreendedorismo e sua existência nas organizações.

Primeiramente, o conceito foi relacionado à renovação organizacional e às inovações desenvolvidas pelas empresas; mais tarde, as definições passaram a abranger a criação de novos negócios, produtos ou processos inovadores por parte dos funcionários dentro de empresas já estabelecidas. Este processo, ainda de modo muitas vezes informal, possibilitou o início de uma concepção de intraempreendedorismo como estratégia para a melhoria de oportunidades competitivas e desempenho financeiro nas empresas (KURATKO, 2007).

Para Pinchot (1989), o intraempreendedor conta com fatores empresariais para o desenvolvimento de atividades que o empreendedor não tem em seu negócio próprio. Esses fatores podem ser discriminados como: (1) o poder do marketing da Organização; (2) a base tecnológica que a empresa dispõe; (3) a contribuição das pessoas envolvidas na empresa para a construção da ideia; (4) as informações e conhecimentos que a empresa detém; (5) os recursos e equipamentos da empresa; e (6) o recurso financeiro para o desenvolvimento de ideias.

2.2.1. Cultura intraempreendedora

Muitas empresas são fundadas por ex-funcionários que desenvolveram competências e habilidades com o conhecimento adquirido, mas que passaram a avistar um negócio próprio. Da mesma forma que a cultura inovativa, a cultura intraempreendedora precisa direcionar seus valores, crenças e princípios, e disponibilizar os recursos necessários para o intraempreendedorismo, utilizar incentivo e prestar reconhecimento aos empreendedores organizacionais para, principalmente, mantê-los dentro da empresa e influenciá-los enquanto intraempreendedores, visto que esse comportamento acelera as inovações dentro da Organização (DORNELAS, 2001).

Para Fillion (2004), as ações do intraempreendedor precisam encontrar apoio e incentivo constante na estrutura organizacional da empresa, tendo

como base clima e processos que permitam a visão de oportunidades e novas criações. O autor cita que é importante a avaliação do progresso do intraempreendedor e o acesso a informações sobre o trabalho

que desempenha. Para a empresa promover o intraempreendedorismo sua estrutura básica precisa ser moldada de tradicional para intraempreendedora e possuir as características descritas no Quadro 3.

Quadro 3 – Características da empresa intraempreendedora

Princípios e valores	Norteiam e estimulam o espírito empreendedor nos indivíduos.
Missão e visão	Transmitem a direção que a empresa necessita seguir para que os empreendedores busquem soluções na direção da estratégia.
Fluxo de informação	É um fluxo de cima para baixo, da alta administração para o restante, disseminando as estratégias.
Tecnologia	É utilizada principalmente para contribuir no fluxo das informações.
Estrutura de cargos	É por meio dela que os cargos são mapeados por competências e características pessoais, de acordo com a necessidade do trabalho e não pelo posto ocupado.
Remuneração, compensação e motivação	Quando a empresa oferece compensação aos intraempreendedores de acordo com as necessidades, expectativas de carreira e poder, relacionamentos, motivação e ambiente de trabalho.
Modelos financeiros	Possibilitam ao intraempreendedor participar de projetos ou idealizá-los e ainda ser comissionado por isso, enquanto a empresa recebe sua parcela pelos subsídios destinados ao projeto.
Relações de poder	O poder em uma Organização intraempreendedora é exercido por pessoas que facilitam, orientam, integram e lideram as ações.
Treinamento	Treinamentos específicos, ainda que básicos, em todas as áreas da administração, funcionamento e pretensões da empresa.
Cultura organizacional	Os hábitos, crenças, normas, comportamentos, princípios e atitudes refletem as decisões tomadas e também o comportamento intraempreendedor disseminado dentro da Organização.

Fonte: Hashimoto (2010), adaptado pelos autores.

A literatura apresenta cinco principais fatores que influenciam o comportamento intraempreendedor. O primeiro fator é o sistema de recompensas para acompanhar metas estabelecidas e resultados alcançados; outros dois fatores apontados são o suporte gerencial e o apoio aos projetos empreendedores juntamente com a disponibilidade de recursos para as ações empreendedoras; a estrutura organizacional é também um fator, sempre relacionado à facilidade ou à dificuldade de promover ações empreendedoras na empresa; e, por último, a tomada de riscos diz respeito à disposição em assumir um risco e à tolerância aos erros (CASTRO, 2011).

3. MÉTODO

3.1. Abordagem

A presente pesquisa foi caracterizada como descritiva e exploratória com corte transversal. Sua abordagem foi quantitativa, com técnicas de coleta a partir de escalas numéricas e análise estatística. Para Soares (2003), a pesquisa descritiva proporciona a descoberta e a classificação de variáveis e suas relações através das frequências com que acontecem, enquanto a pesquisa exploratória, definida por Cervo e Bervian (2002), realiza descrições para descobrir as relações entre os elementos do estudo.

3.2. População e amostra

A população considerada para o desenvolvimento da pesquisa é pertencente às empresas participantes do Arranjo Produtivo Local de Tecnologia da Informação (APL de TI) do Sudoeste do Paraná, no Brasil, instituição sem fins lucrativos que conta com o apoio de órgãos públicos e privados, além de empresas e profissionais da área de Tecnologia da Informação com o objetivo de colaborar para o desenvolvimento econômico e tecnológico dos participantes (NTI, [20--?]). Fazem parte do APL de TI, ao todo, 47 empresas associadas, todas localizadas nos municípios de: (1) Ampére; (2) Barracão; (3) Dois Vizinhos; (4) Francisco Beltrão; (5) Pato Branco; (6) Quedas do Iguaçu; e (7) Santa Izabel do Oeste.

O procedimento de coleta de dados utilizado foi o *survey*, determinante para a constituição da amostra da pesquisa, pois se definiu pela quantidade de questionários que retornaram e foram convalidados pelos autores. Foram enviados 47 questionários aos participantes do APL de TI do Sudoeste do Paraná entre os meses de julho e setembro de 2014, obtendo-se o retorno de 26 questionários, representando 55,3% da população. Porém, após uma análise criteriosa, foram descartados 10 questionários que continham respostas incompletas. Devido a esta eliminação foram caracterizadas 16 empresas como amostra da pesquisa, representando 34,04% da população.

3.3. Técnicas de coleta e de análise dos dados

A coleta de dados foi realizada através do envio de questionário eletrônico desenvolvido por meio do serviço de disco virtual *Google Drive*¹, com a finalidade de agilizar e ser mais conveniente ao público pesquisado – formado pelos

gestores da empresa e responsáveis pelo setor de desenvolvimento. Primeiramente, se contactou via telefone para explicar os objetivos da pesquisa e instruir os participantes quanto ao preenchimento do questionário, sendo que todos eles contaram também com instruções de preenchimento para reforçar o contato inicial.

O instrumento de coleta foi composto por dois questionários. O primeiro questionário foi respondido pelos gestores das empresas participantes, sendo formado por dois blocos: (1) caracterização da empresa participante com informações sobre o município de localização, tempo de fundação, atividade principal e número de funcionários; (2) o segundo bloco continha o instrumento para coleta de dados acerca da inovação tecnológica, adaptado de Cruz (2005) e composto por 16 questões para respostas abertas, em percentuais ou números absolutos, com o objetivo de analisar os indicadores relacionados à inovação tecnológica das empresas e calcular o Índice de Inovatividade do Produto (Inip).

O Inip é estabelecido a partir da soma dos percentuais dos indicadores dividida pela diferença entre os valores máximo e mínimo encontrados nas respostas, por meio da fórmula apresentada a seguir:

$$Inip = \frac{(vi - vi_{min.}) + (vp - vp_{min.})}{(vi_{máx.} - vi_{min.}) (vp_{máx.} - vp_{min.})}$$

Onde: vi e vp = índice da empresa (indicadores de inovação + indicadores de produto); $vi_{min.}$ e $vp_{min.}$ = índice mínimo encontrado neste grupo de empresas; e $vi_{máx.}$ e $vp_{máx.}$ = índice máximo encontrado neste grupo de empresas.

Os indicadores para o cálculo do Inip estão relacionados no Quadro 4.

¹ Serviço prestado pela empresa Google para armazenamento em nuvem de arquivos e criação de documentos, permitindo o compartilhamento com outros usuários ou via e-mail.

Quadro 4 – Distribuição das questões e itens segundo os indicadores para o cálculo do Inip

Indicadores	Questões	Itens
Indicadores de inovação	Percentual de vendas devido a novos produtos	3
	Percentual de faturamento da empresa devido aos produtos novos ou melhorados	2
	Percentual de redução de custos da empresa	4
	Percentual de investimentos em P&D*	5
	Percentual de investimentos em aquisição de tecnologia	6
Indicadores de produto	Número de demandas tecnológicas atendidas	9
	Número de produtos novos	7
	Número de projetos incompletos derivados de um conhecimento novo	8

* P&D: Pesquisa e Desenvolvimento.

Fonte: Adaptado de Cruz (2005).

Cruz (Ibidem) propôs uma divisão, através dos resultados encontrados em sua pesquisa, para a classificação do índice de inovação das empresas em três faixas de intensidade, sendo: (1) de 0 a 0,50 (baixa intensidade); (2) de 0,51 a 1,10 (média intensidade); e (3) de 1,11 a 1,60 (alta intensidade).

O segundo questionário foi aplicado aos responsáveis pelo setor de Pesquisa e Desenvolvimento das empresas para coleta de dados sobre o intraempreendedorismo. O *Corporate Entrepreneurship Assessment Instrument* (CEAI), adaptado

por Castro (2011), tem como objetivo analisar a presença dos fatores do intraempreendedorismo organizacional e envolve 23 afirmativas agrupadas em cinco grupos, descritas no Quadro 5, para serem respondidas de acordo com o nível de concordância do participante em uma escala *Likert* de 1 a 7, variando entre: 1 – discordo totalmente; 2 – discordo em grande parte; 3 – discordo em parte; 4 – nem discordo, nem concordo; 5 – concordo em parte; 6 – concordo em grande parte; e 7 – concordo totalmente.

Quadro 5 – Grupos e indicadores do questionário CEAI

Grupos	Indicadores	Questões
Suporte Gerencial	Mede a percepção do quanto os gerentes estimulam comportamentos inovadores e empreendedores através do apoio financeiro aos projetos, mesmo sabendo que alguns desses projetos podem fracassar.	1, 2, 3, 4
Clareza de Papéis	Mede a percepção da clareza de papéis no dia a dia dos resultados pessoais esperados e da busca da inovação como parte do trabalho.	5, 6, 7, 8, 9
Recompensas/Reforços	Mede a percepção de quanto os comportamentos empreendedores e inovadores são reforçados, através de um vínculo explícito entre desempenho/realização e recompensa.	10, 11, 12
Disponibilidade de Tempo	Mede a percepção da disponibilidade de tempo para se dedicar às tarefas que estão além das responsabilidades e papéis pessoais.	13, 14, 15, 16, 17
Autonomia/Critérios de Trabalho	Mede a percepção de quanto, na Organização, se delega e concede autonomia na tomada de decisão, e se tem liberdade de excessiva fiscalização.	18, 19, 20, 21, 22, 23

Fonte: Adaptado de Castro (2011).

Para a análise quantitativa, primeiramente foi gerada uma estatística descritiva com os dados de caracterização das empresas; em seguida foi calculado o Inip individual e realizada a análise de inovação das empresas, continuando com a análise da prática do intraempreendedorismo, e, por fim, para atender ao objetivo geral da pesquisa, foi realizado o teste ρ Spearman, teste estatístico não paramétrico, para verificar a existência de correlação entre a inovação nas empresas através do Inip calculado e as práticas do intraempreendedorismo. Para a realização dos referidos testes foi utilizado o software SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versão 19.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1. Análise da caracterização das empresas

Quanto à localização das empresas participantes da pesquisa, a distribuição obteve a seguinte configuração percentual nos municípios: (1) Barracão (5,9%); (2) Dois Vizinhos (17,6%); (3) Francisco Beltrão (41,2%); e (4) Pato Branco (35,3%). Percebeu-se que as empresas participantes concentraram-se em maior parte nos municípios de Francisco Beltrão e Pato Branco, tal fato se justifica por abrigarem o maior número de empresas do ramo e por serem sedes do Núcleo Beltronense das Empresas de Tecnologia da Informação (Nubetec) e do NTI, e, em Dois Vizinhos, existir a Associação para Desenvolvimento Tecnológico e Industrial do Sudoeste do Paraná (Sudotec).

A quantidade de funcionários de cada empresa apontou que 41,2% delas possuem até nove funcionários; oito empresas representando 47,1% possuem de 10 a 49 funcionários; uma empresa possui de 50 a 99 funcionários; e uma empresa

possui mais de 100 funcionários. A amostra se constitui de microempresas na grande maioria, sendo apenas outras duas classificadas como pequenas empresas e uma como média².

Em relação ao tempo de fundação das organizações, a amostra indica que 47,1% das empresas estão em funcionamento entre dois e seis anos; 17,6% de sete a dez anos; e seis empresas (35,3%) com 11 a 25 anos de fundação. Visto que a maioria dos participantes está na faixa de fundação entre os anos de 2012 e 2008, relaciona-se o crescimento do setor a partir de 2010, como indicado pela Softex (Associação para Promoção da Excelência do Software Brasileiro), com a época de criação das empresas, evidenciando um aumento de, aproximadamente, 26% de empresas no setor até o ano de 2012.

Como atividade principal da amostra, 13 empresas (76,5%) atuam como desenvolvedoras de software. As outras partes da amostra estão divididas entre: (1) desenvolvimento de produtos para web³ (duas empresas); (2) produção e computação gráfica em 3D (uma empresa); e (3) eletrônica (uma empresa).

4.2. Análise do Inip e inovação

A análise do Inip baseia-se em indicadores propostos pelo Manual de Oslo de 2007 para a inovação de produto. Esse tipo de inovação considera um bem ou serviço novo, ou significativamente melhorado. As perguntas avaliam a relação entre os investimentos e estratégias adotadas, como também a visão das empresas para informar cada indicador. A classificação do Inip de cada empresa e os indicadores encontrados são apresentados na Tabela 1:

2 Classificação do Sebrae que utiliza o critério por número de empregados do IBGE como base de classificação do porte das empresas para fins bancários, ações de tecnologia, exportação e outros.

3 A web (*World Wide Web*) é um serviço de Internet formado por um sistema padronizado de armazenamento, recuperação, formatação ou apresentação de informações baseado na arquitetura cliente/servidor (LAUDON; LAUDON, 2010).

Tabela 1 – Inip individual das empresas da amostra

Empresas	Indicadores de Inovação	Indicadores de Produto	Inip
Empresa 1	2,76	0,26	1,17
Empresa 2	0,66	0,07	0,20
Empresa 3	1,06	0,3	0,50
Empresa 4	0,37	0,21	0,19
Empresa 5	0,21	0,11	0,05
Empresa 6	0,62	0,27	0,33
Empresa 7	1,21	0,12	0,45
Empresa 8	0,83	0,16	0,34
Empresa 9	1,17	0,29	0,57
Empresa 10	0,86	0,04	0,25
Empresa 11	2,51	0,1	0,95
Empresa 12	2,01	0,19	0,82
Empresa 13	0,96	0,25	0,46
Empresa 14	1,26	0,45	0,73
Empresa 15	0,38	0,06	0,08
Empresa 16	0,83	1,33	1,24

Fonte: Dados da pesquisa (2015).

Segundo a classificação de intensidade, adotada nesta pesquisa como critério proposto por Cruz (2005), 62,4% das empresas do APL em TI do Sudoeste do Paraná tem baixa intensidade de inovação, 25% são de média intensidade e 12,5% apresentam alta intensidade do Inip. Em geral, as faixas de intensidade desta amostra ficaram semelhantes aos resultados encontrados por Cruz (Ibidem), apresentando também na grande maioria baixa intensidade no índice. A autora apontou, em sua pesquisa, que as empresas são cautelosas quanto aos investimentos em inovação e lançamento de produtos.

A amostra do APL indicou que o lançamento de produtos em uma das empresas chegou a ser de até 70 produtos nos últimos dois anos, variando também entre 62,5% de 0 a 5 produtos; 18,8% de 6 a 10; e 12,5% de 11 a 20 produtos. Em relação ao tempo de vida útil dos produtos desenvolvidos pelas empresas, observa-se que em 31,3% o tempo de vida é de 2 a 4 anos, enquanto para 25% da amostra o tempo médio é de menos de um ano. Questionados sobre a frequência do aparecimento

de novos produtos na empresa, 25% informaram que acontece mensalmente e, em 50%, anualmente. Os resultados apurados nestas questões demonstram a percepção dos gestores sobre estes indicadores, considerados altos os números de produtos lançados com um tempo de vida útil curto, implicando dizer que a inovação está presente nas empresas, mas não reflete no índice apurado.

Os gestores das empresas da amostra também foram questionados sobre a relação entre o surgimento de novos produtos e o faturamento da empresa, sendo que em 68,8% da amostra o faturamento aumenta consideravelmente quando novos produtos são lançados; 25% responderam que o faturamento aumenta pouco; e para 6,3% não sofre alterações. Segundo Schumpeter (1982), a inovação consiste na geração de lucro quando esta inovação desenvolvida é introduzida no mercado e comercializada.

A caracterização do produto desenvolvido pela empresa, na opinião dos respondentes, é de que 12,5% o consideram como tecnologicamente novo;

31,3% indicam que é tecnologicamente aperfeiçoado; 37,5% das empresas consideram o produto inovador no mercado e na sociedade; e 12,5% consideram o produto inovador somente para a própria empresa. Os produtos desenvolvidos pelas empresas são classificados como incrementais (MATTOS; GUIMARÃES, 2005; BESSANT; TIDD, 2009) porque sofrem mudanças que aperfeiçoam seu desempenho e eficiência, e também como inovação de mercado (OECD, 2007) porque foram implementados pela empresa pela primeira vez no mercado.

Quanto ao seu desenvolvimento, o produto é feito pelo departamento de P&D em 56,3% das empresas, enquanto para 25% o desenvolvimento é feito por um sócio com formação. Observa-se que a função específica de P&D existe nas empresas, destacando este departamento como o responsável pelo desenvolvimento dos novos produtos.

O Quadro 6 descreve as fontes de informação consideradas para o processo de inovação e lançamento de novos produtos na empresa, e apresenta a classificação quanto à intensidade.

Quadro 6 – Intensidade atribuída às fontes de informação para inovação

Fontes	Alta	Média	Baixa	Nula	Percentual
Proprietário(s)	68,8%	31,3%	-	-	100%
P&D	50%	31,3%	12,5%	6,3%	100%
Concorrentes	25%	56,3%	12,5%	6,3%	100%
Fornecedores	12,5%	31,3%	6,3%	50%	100%
Clientes	68,8%	31,3%	-	-	100%
Consultorias	6,3%	25%	50%	18,8%	100%
Institutos de pesquisa	6,3%	25%	25%	43,8%	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2015).

Atribuiu-se igualmente ao(s) proprietário(s) e aos clientes a maior importância na origem do desenvolvimento dos produtos (68,8%); em segundo lugar o P&D é considerado importante para o lançamento de novos produtos (50%); e em terceiro lugar, com importância média, para 56,3% das empresas os concorrentes são atores importantes considerados como fonte de informação. Assim como Cruz (2005) destacou, os institutos de pesquisa são os atores que menos influenciam, ou não influenciam, no desenvolvimento dos produtos como fonte de informação juntamente aos fornecedores.

4.3. Análise dos fatores do intraempreendedorismo

Para a análise dos fatores do intraempreendedorismo, primeiramente foi realizado um teste

de confiabilidade apresentando o coeficiente alfa de Cronbach de 0,755. Considerado um índice apropriado pelo critério de recomendação citado por Maroco e Garcia-Marques (2006), o alfa deve ser de, pelo menos, 0,70. Em seguida, foram calculadas as médias, desvio padrão, mínimo e máximo, dividindo-se as questões por grupo de análise da prática intraempreendedora na percepção dos responsáveis pela criação e desenvolvimento das empresas.

O primeiro grupo – Suporte Gerencial – avalia a forma como um comportamento inovador e empreendedor é estimulado com recursos financeiros mesmo quando existe a possibilidade de algum projeto fracassar. Os resultados estão expostos na Tabela 2:

Tabela 2 – Grupo Suporte Gerencial

Afirmativas	Observações	Médias	Desvio padrão	Mínimo	Máximo
1. A alta administração é atenta e receptiva às ideias e sugestões	16	6,1250	0,88506	4	7
2. Recursos financeiros são disponibilizados para novos projetos	16	6,0625	0,77190	5	7
3. Existem várias opções para obter recursos financeiros para ideias e projetos inovadores	16	4,3125	1,113835	3	6
4. A empresa apoia projetos experimentais, mesmo sabendo que alguns irão fracassar	16	5,0625	1,43614	2	7

Fonte: *Output Statistic Descriptive* (SPSS) (2015). Adaptado pelos autores (2015).

Ao analisar o grupo referente ao suporte gerencial, constatou-se nas duas primeiras afirmativas uma grande concordância quanto à receptividade da gerência e disponibilidade de recursos para novos projetos, com médias superiores a 6,0000. Por outro lado, as afirmativas 3 e 4 obtiveram uma percepção menor, principalmente nas opções de fontes de recursos para custear as ideias e projetos inovadores, retratando certa indecisão ao pontuá-la, apresentando média de 4,3125. Questionados sobre o apoio das empresas a projetos experimentais, mesmo com a possibilidade de fracasso, a média de 5,0625 evidenciou uma percepção positiva, porém com concordância baixa.

Hisrich, Peters e Shepherd (2013) afirmam que empresas cuja orientação é empreendedora ao comprometimento dos recursos que enfocam oportunidades tendem a minimizar os mesmos, de forma a pulverizá-los, dessa forma o volume de

recursos em risco se o projeto fracassar será minimizado. No caso em tela, as empresas, na sua maioria micro e pequenas, resultantes de empreendimentos efetuados no aproveitamento de oportunidades específicas, através de inovações incrementais constantes, se encaixam nessas características oferecidas pelos autores anteriormente citados. Eesley e Longenecker (2006) concluem que os colaboradores que têm confiança na gestão para auxiliá-los a desenvolver suas habilidades empreendedoras e apoiar seus esforços serão mais propensos a perceber que as atividades intraempreendedoras são factíveis e necessárias à Organização.

O segundo grupo – Clareza de Papéis – tem como objetivo medir como é a percepção dos funcionários em relação aos resultados esperados e o surgimento das ideias inovadoras como parte do trabalho. A Tabela 3 aponta os resultados das percepções dos respondentes.

Tabela 3 – Grupo Clareza de Papéis

Afirmativas	Observações	Médias	Desvio padrão	Mínimo	Máximo
5. No trabalho não tenho dúvida do que é esperado de mim	15	5,6250	1,70783	4	7
6. A descrição da função especifica o padrão de desempenho pelo qual meu trabalho é avaliado	16	5,4375	1,36473	2	7
7. Sei qual o desempenho de qualidade, quantidade, prazos e resultados que é esperado de mim	15	5,7500	1,73205	5	7
8. Tenho alguma dúvida a respeito do que é esperado do meu trabalho	15	3,5625	2,47572	1	7
9. Tenho metas e objetivos planejados para o meu trabalho	16	4,7500	1,65328	1	7

Fonte: *Output Statistic Descriptive* (SPSS) (2015). Adaptado pelos autores (2015).

Para as afirmativas de número 5, 6 e 7, que estão relacionadas ao conhecimento dos colaboradores

sobre seu trabalho, a amostra impôs uma percepção variando de 5,4375 a 5,7500, representando

uma concordância relativamente baixa e, em grande parte, de indecisão em expor a realidade percebida. Quanto à expectativa da gerência sobre o trabalho esperado e a existência de uma organização de metas e objetivos para o trabalho do colaborador, observou-se uma discordância por parte dos colaboradores da amostragem, com média de 3,5625, além da indecisão quanto ao planejamento de suas atividades com média de 4,7500. Esses dois pontos possuem uma forte relação com as características de micro e pequenas empresas, principalmente devido a informalidades na comunicação da gestão.

É imprescindível que os intraempreendedores entendam o valor de seus papéis comportamentais,

visando a dedicação, criatividade e capacidade de inovar na Organização (EMMENDOERFER; VALADARES; HASHIMOTO, 2010). Organizações rígidas em seus regramentos operacionais inviabilizam a liberdade criativa, pois estão engessadas em metas de curto prazo.

As variáveis do terceiro grupo – Recompensas/Reforços – medem a percepção dos funcionários ao estímulo do comportamento empreendedor e inovador com recompensas pelo desempenho e realizações, comportamento fundamental para motivar os colaboradores. Os dados analisados deste grupo encontram-se na Tabela 4.

Tabela 4 – Grupo Recompensas/Reforços

Afirmativas	Observações	Médias	Desvio padrão	Mínimo	Máximo
10. Indivíduos com projetos inovadores bem-sucedidos recebem recompensas adicionais além do sistema de recompensas padrão	16	4,7500	1,69312	1	7
11. As promoções geralmente acontecem considerando o desenvolvimento de ideias novas e criativas	16	4,6250	1,45488	2	7
12. Recebo do superior um reconhecimento especial por ter um bom desempenho no trabalho	14	4,6875	2,49583	2	7

Fonte: *Output Statistic Descriptive* (SPSS) (2015). Adaptado pelos autores (2015).

A percepção do grupo amostral sobre recompensas e esforços pela criatividade e projetos inovadores, inquiridas por três afirmativas, teve como intervalo as médias de 4,6250 a 4,7500, transparecendo uma indecisão perceptiva sobre as políticas utilizadas pelas empresas para incentivar o intraempreendedorismo, de acordo com a escala empregada. Os reconhecimentos concedidos pelos gestores não se diferenciam dos padrões adotados por empresas tradicionais que levam em conta, principalmente, o desempenho e a qualidade dos processos empregados. O intraempreendedorismo necessita de uma política prévia de incentivos para desenvolver a criatividade e a inovação pelos colaboradores.

O processo do intraempreendedorismo deve envolver a ligação das recompensas ao desempenho, estimulando os intraempreendedores a

trabalhar com mais motivação e a competir com mais eficiência uma vez que serão diretamente beneficiados pelos seus esforços (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014). Conforme Pinchot (1989, p. 56), “o que motiva o *intrapreneur* não é o dinheiro, mas a renda psicológica de ver uma possibilidade lá fora no mercado e observá-la crescer – e de observar as pessoas crescerem com ela”. Eesly e Longenecker (2006) afirmam que o reconhecimento para a criatividade e desenvoltura, e o cumprimento de metas intermediárias, destacando os resultados de cada uma das iniciativas, são essenciais para estabelecer uma cultura de inovação.

As afirmativas do grupo Disponibilidade de Tempo, que mede a percepção dos colaboradores quanto à liberdade no trabalho e tempo disponibilizado para a criação, obtiveram as médias e frequências apresentadas na Tabela 5.

Tabela 5 – Grupo Disponibilidade de Tempo

Afirmativas	Observações	Médias	Desvio padrão	Mínimo	Máximo
13. Existe tempo necessário e carga horária adequada para executar bem o meu trabalho	16	5,0000	1,59164	2	7
14. Sinto que sempre trabalho com limitações de tempo	16	4,8750	1,99583	1	7
15. Tenho pouco tempo para pensar em problemas mais amplos da empresa	14	3,3125	1,99060	1	6
16. Nos últimos três meses a carga de trabalho impediu a dedicação ao desenvolvimento de novas ideias	16	4,1875	2,31571	1	7
17. Sempre existe tempo para resolver problemas a longo prazo	16	4,1250	1,62788	2	7

Fonte: *Output Statistic Descriptive* (SPSS) (2015). Adaptado pelos autores (2015).

Quanto à percepção da disponibilidade de tempo para se dedicar às tarefas além das responsabilidades e papéis individuais, observou-se um intervalo entre as médias de 3,3125 a 5,0000, evidenciando certa indecisão na percepção do estrato amostral, principalmente na dedicação à resolução de problemas amplos da empresa. Esse fato, como o anterior, transparece a carência de uma política formalizada pela gestão em proceder com incentivos, tanto de recursos como de tempo. Ressalta-se que a maioria dos empreendimentos pesquisados surgiu de ideias empreendedoras, mas, com o crescimento e a complexidade dos negócios, acabam sendo sufocadas pelas rotinas burocráticas inerentes a organizações tradicionais.

Para Sequeira (1997), a liberdade também constitui um incentivo, no sentido de horas livres, horário flexível e menos restrições. Esse é um modo de demonstrar confiança, pois se a pessoa consegue produzir, terá mais liberdade em relação ao seu tempo. Uma cultura que promova o engajamento na atividade com o trabalho a ser executado pode fazer que as pessoas estejam tão comprometidas com a atividade que trabalhem até em períodos extra expediente.

O último grupo – Autonomia/Critérios de Trabalho – (Tabela 6) mede a percepção de quanto a Organização delega e concede autonomia na tomada de decisão, e liberdade sem excessiva fiscalização.

Tabela 6 – Grupo Autonomia/Critérios de Trabalho

Afirmativas	Observações	Médias	Desvio padrão	Mínimo	Máximo
18. A Organização dá liberdade para agir de acordo com o meu julgamento	16	5,0000	1,31656	2	7
19. Sinto-me como meu próprio chefe por não ter que submeter minhas decisões a alguém	16	3,2500	1,98326	1	7
20. Basicamente é minha responsabilidade decidir como meu trabalho é feito	15	4,0625	2,11246	1	7
21. Quase sempre decido o que fazer no meu trabalho	16	3,9375	1,84278	1	7
22. Tenho liberdade para decidir o que fazer no trabalho	16	4,5000	1,67332	2	7
23. Raramente é necessário seguir métodos padronizados de trabalho para executar as tarefas do dia a dia	16	2,4375	1,54785	1	6

Fonte: *Output Statistic Descriptive* (SPSS) (2015). Adaptado pelos autores (2015).

A análise do grupo Autonomia/Critérios de Trabalho demonstrou que ele obteve as mais baixas médias, relatando discordâncias e indecisões por

parte do público questionado. As médias variaram de 2,4375 a 5,0000, tendo como ápice de discordância a afirmativa 23 que trata da possibilidade

de não seguir o regramento de métodos padronizados na execução de atividades rotineiras. Outra afirmativa que obteve uma percepção de discordância foi a liberdade de decisão no trabalho, indicando que as empresas não concedem uma liberdade criativa no cargo ocupado, fato que se confirma com o sentimento de liberdade na tomada de decisões, afirmativa 19. Imprescindível para a cultura intraempreendedora de autonomia e critérios de trabalho, os resultados apontados neste grupo sugerem um afastamento da criatividade e uma aproximação de regras rígidas e organizadas de empresas burocraticamente conservadoras.

Pinchot (1989) afirma que a maioria dos funcionários com características intraempreendedoras deixam as Corporações não porque consideram insuficientes seus salários e benefícios, mas porque se sentem frustrados em suas tentativas de inovar. Eles precisam de delegação de poder para agir tanto quanto precisam de compensação material. Incentivar o comportamento intraempreeneurial requer por parte da gestão que os colaboradores se desviem de padrões regulares de comportamento. Tempo e recursos devem ser controlados

brandamente para permitir a exploração, investigação e experimentação de suas criatividade inovativas (EESLEY; LONGENECKER, 2006).

4.4. Correlação entre inovação e intraempreendedorismo

Para atender ao objetivo proposto, foi determinado, primeiramente, qual tipo de teste deveria ser utilizado: paramétrico ou não paramétrico. Devido as observações serem menores que 30 e, pelo teste de normalidade gráfica, não apresentarem uma simetria na distribuição, tomou-se a decisão de utilizar um teste estatístico não paramétrico.

No caso específico dessa pesquisa, utilizou-se o teste de correlação ρ Spearman. Segundo Dancey e Reidy (2006, p. 525), "quando há um número pequeno de participantes e não há certeza de que são satisfeitas as condições para r de Pearson, usa-se o ρ de Spearman [...] transformando os escores originais em postos antes de fazer outros cálculos". O teste realizado apresentou, conforme o Quadro 7, a seguinte relação entre as variáveis que foram analisadas:

Quadro 7 – Correlação entre Inip e intraempreendedorismo

Inip	Afirmativas							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Cor. Coeficiente	-,062	,157	,014	,241	,338	-,102	-,006	,130
Sig. (2-tailed)	,820	,561	,960	,368	,201	,708	,982	,632
Inip	Afirmativas							
	9	10	11	12	13	14	15	16
Cor. Coeficiente	,316	,079	,173	-,034	-,372	,059	-,386	,165
Sig. (2-tailed)	,233	,770	,522	,902	,156	,140	,140	,542
Inip	Afirmativas							
	17	18	19	20	21	22	23	
Cor. Coeficiente	,156	,403	,322	-,024	,112	,338	,557*	
Sig. (2-tailed)	,565	,122	,223	,930	,680	,200	,025	

Fonte: Adaptado de *Output Statistic Descriptive* (SPSS) (2015).

Ao analisar o Quadro 12, levando em consideração o nível de significância $p < 0,05$ (significância de 95%), constatou-se que apenas a afirmativa 23,

que diz respeito ao grupo 5 com a seguinte descrição: raramente é necessário seguir métodos padronizados de trabalho para executar as tarefas do dia

a dia, apresentou uma correlação entre o CEAI e o Inip de 0,557, significando uma correlação positiva moderada.

Os resultados apresentados concluem que a percepção apontada pelos participantes sobre o intraempreendedorismo não obteve uma relação com o Inip das empresas, índice esse que se demonstrou baixo mesmo com a percepção de que as práticas que condicionam o comportamento intraempreendedor estão presentes nas Organizações. De acordo com Carland e Carland (2007), quando o intraempreendedorismo e a inovação estão presentes dentro da Organização, as duas entidades desenvolvem relações simbióticas com o tempo. Essas relações podem ser na forma de configurações organizacionais que se apoiam mutuamente ou em alternativas sob a forma de interações entre a gestão e os colaboradores que impulsionam novas condições e, ainda mais, as conexões entre intraempreendedorismo e inovação.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desta pesquisa foi verificar a existência de relação entre o índice de inovação de produto e as práticas do intraempreendedorismo presentes nas empresas do APL de TI do Sudoeste do Paraná. Para isso foram utilizados dois modelos: (1) o Índice de Inovação de Produtos (Inip) proposto por Cruz (2005); e (2) o *Corporate Entrepreneurship Assessment Instrument* (CEAI) adaptado por Castro (2011), que tem como objetivo analisar a presença dos fatores de intraempreendedorismo organizacional. Após a análise dos dados, as considerações encontradas estão pautadas a seguir.

O Inip, considerando os indicadores de inovação e de produto fornecido pelos participantes da pesquisa, permitiu apurar individualmente o Inip, mostrando que as empresas têm apresentado uma variação entre os extremos de 0,05 a 1,24. Através dos resultados conclui-se que, apesar da presença

dos fatores que condicionam o intraempreendedorismo organizacional, na percepção dos respondentes, isso não interfere no Inip, que se apresentou, na maior parte da amostra, como de baixa intensidade inovativa.

Com relação às práticas de intraempreendedorismo, demonstra-se que existe maior percepção das Organizações nas seguintes práticas, conforme as médias apuradas: (1) a alta administração é atenta e receptiva a novas ideias e sugestões (média 6,1250); (2) recursos financeiros são disponibilizados para novos projetos (média 6,0625); (3) sei qual é o desempenho esperado em termos de qualidade, quantidade, prazos e resultados (média 5,7500); (4) no trabalho não tenho dúvida do que é esperado de mim (média 5,6250); e (5) a descrição da função especifica o padrão de desempenho pelo qual meu trabalho é avaliado (média 5,4375). Evidencia-se, desta forma, uma concentração na percepção de práticas nos grupos Suporte Gerencial e Clareza de Papéis.

Comparando os grupos do questionário CEAI, existe uma tendência de maior percepção pelo grupo Suporte Gerencial e de menor percepção pelo grupo Disponibilidade de Tempo. A maior média alcançada foi a do grupo Suporte Gerencial que mede a percepção do quanto os gerentes estimulam comportamentos inovadores e empreendedores através de apoio financeiro aos projetos, mesmo sabendo que alguns desses projetos podem fracassar, atingindo uma média total de 5,3906. O segundo grupo com maior média (5,0250) foi o grupo 2, Clareza de Papéis, o qual mede a Clareza de Papéis no dia a dia e os resultados pessoais esperados na busca pela inovação como parte do trabalho.

O grupo de Recompensas/Reforços obteve a terceira maior média 4,6875, o qual mede a percepção de quanto os comportamentos empreendedores e inovadores são reforçados através de um vínculo explícito entre desempenho/realização e recompensa. O grupo 4, Disponibilidade de Tempo, cujo objetivo é

medir a percepção quanto à disponibilidade de tempo para se dedicar às tarefas além das responsabilidades e papéis individuais, atingiu a média de 4,3000. Finalmente, o grupo 5 – Autonomia/Critérios de Trabalho – obteve a média 3,8646, posicionando-se como o último grupo percebido pelos respondentes, sendo que ele indica a percepção de quanto, na Organização, se delega e concede autonomia na tomada de decisão, e liberdade excessiva de fiscalização.

Quanto ao atendimento do objetivo proposto que se buscou verificar com o teste de correlação aplicado, a relação entre as variáveis da pesquisa, afirmativas do CEAI e do Inip das empresas, permitiu inferir que a relação entre essas variáveis analisadas não existe, de acordo com o nível de significância adotado neste estudo. Quando analisada somente uma afirmativa, como do grupo 5 por exemplo, fica evidente a relação positiva moderada em relação ao Inip. Essa constatação contraria as pesquisas

de Carland e Carland (2007) e Kuz (2010), que afirmaram em seus resultados uma forte relação entre as práticas intraempreendedoras e o aumento no processo de inovação dentro das Organizações abordadas por eles. Os benefícios da conexão entre intraempreendedorismo e inovação, dentro da Organização, torna-se real se a empresa é capaz de inovar em muitos lugares simultaneamente (KUZ, 2010).

Como limitações ao estudo, podem-se salientar as seguintes: (1) o instrumento mediu a percepção dos participantes, não sendo efetuado nenhum processo de triangulação dos dados levantados; e (2) os resultados desta pesquisa não podem exceder ao limite espacial do APL em TI do Sudoeste do Paraná. Para a realização de pesquisas futuras, sugere-se o estudo da implementação de culturas de longo prazo relativas ao intraempreendedorismo dentro das Organizações no setor de TI.

REFERÊNCIAS

ABES SOFTWARE. Mercado brasileiro de TI fatura US\$ 61,6 bilhões em 2013. 23 maio 2014. Disponível em: <<http://www.abessoftware.com.br/noticias/mercado-brasileiro-de-ti-fatura-us-616-bilhoes-em-2013>>. Acesso em: 10 dez. 2014.

BESSANT, J.; TIDD, J. *Inovação e empreendedorismo: administração*. Porto Alegre: Bookman, 2009.

CARLAND, J. C.; CARLAND, J. W. Intrapreneurship: a requisite for success. *Entrepreneurial Executive*, North Carolina, v. 12, 2007.

CASTRO, A. de A. *Um modelo de avaliação dos antecedentes do empreendedorismo corporativo*. 129f. 2011. Dissertação (Mestrado em Administração) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2011.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. *Metodologia científica*. 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

CORAZZA, R. I.; FRACALANZA, P. S. Caminhos do pensamento neo-schumpeteriano: para além das analogias biológicas. *Nova Economia*, Belo Horizonte, v. 14, n. 2, p. 127-155, maio/ago. 2004.

CRUZ, R. *Valores dos empreendedores e inovatividade em pequenas empresas de base tecnológica*. 200 f. 2005. Tese (Doutorado em Administração) – Escola de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

DANCEY, C. P.; REIDY, J. *Estatística sem matemática para psicologia*. Porto Alegre: Artmed, 2006.

DORNELAS, J. C. A. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DOSI, G. Technological paradigms and technological trajectories. *Revista Brasileira de Inovação*, Campinas, v. 5, n. 1, jan./jun. 2006. Rio de Janeiro: Finep, 2006.

REFERÊNCIAS

- DRUCKER, P. F. *Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios*. Tradução Carlos Malferrari. São Paulo: Pioneira Thomson, 2003.
- EESLEY, D. T.; LONGENECKER, C. O. Gateways to intrapreneurship. *Industrial Management*, Atlanta, v. 48, n. 1, p. 18, 2006.
- EMMENDOERFER, M. L.; VALADARES, J. L.; HASHIMOTO, M. Evidências do empreendedorismo interno em organizações no contexto da inovação. *Revista Eletrônica de Ciência Administrativa*, Campo Largo, v. 9, n. 2, p. 144-156, 2010. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/5221/evidencias-do-empreendedorismo-interno-em-organizacaoes-no-contexto-da-inovacao>>. Acesso em: 15 dez. 2014.
- FERREIRA, L. M. *A inovação tecnológica e as dinâmicas locais: estudo comparativo de APLs de software no Nordeste do Brasil*. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, 2008.
- FILION, L. J. Entendendo os intraempreendedores como visionistas. *Revista de Negócios*, Blumenau, v. 9, n. 2, p. 65-80, abr./jun. 2004.
- HASHIMOTO, M. *Espírito empreendedor nas organizações*. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. *Entrepreneurship*. 9. ed. New York: McGraw-Hill Education, 2013.
- KURATKO, D. F. Corporate entrepreneurship: foundations and trends. *Entrepreneurship*, California, v. 3, n. 2, p. 151-203, 2007.
- KUZ, D. S. *Exploration of intrapreneurship and innovation in advanced technology organizations in the Western United States*. 311p. 2010. Doctoral dissertation. University of Phoenix, 2010.
- LAUDON, K.; LAUDON, J. *Sistemas de informações gerenciais*. 9. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.
- MAROCO, J.; GARCIA-MARQUES, T. Qual a fiabilidade do alfa de Cronbach? Questões antigas e soluções modernas? *Laboratório de Psicologia*, Lisboa, v. 4, n. 1, p. 65-90, 2006.
- MATTOS, J. R. L.; GUIMARÃES, L. dos S. *Gestão da tecnologia e inovação: uma abordagem prática*. São Paulo: Saraiva, 2005.
- NTI – NÚCLEO DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO. *APL TI Sudoeste do Paraná*. Disponível em: <<http://www.ntipr.org.br/conheca-o-nti/>>. [20--?]. Acesso em: 20 nov. 2014.
- OECD – ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT. *Manual de Oslo: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação*. 3. ed. Rio de Janeiro: Finep, 2007.
- PEREZ, C. Revoluciones tecnológicas, câmbios de paradigma y de marco sócioinstitucional. In: ABOITES, J.; DUTRÉNIT, G. *Innovación, aprendizaje y creación de capacidades tecnológicas*. Universidad Autónoma Metropolitana – Unidad Xochimilco. México: 2004. p. 13-46.
- PINCHOT, G. *Intrapreneuring: por que você não precisa deixar a empresa para tornar-se um empreendedor*. São Paulo: Harbra, 1989.
- SCHUMPETER, J. A. *Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico*. São Paulo: Abril Culturas, 1982.
- SEQUEIRA, S. V. *Intraempreendimentos: até onde as corporações podem expandir esta ideia*. 169 f. 1997.

REFERÊNCIAS

Dissertação (Mestrado em Organização, Recursos Humanos e Planejamento) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 1997. Disponível em: <<https://goo.gl/EobS0M>>. Acesso em: 12 dez. 2014.

SOARES, E. *Metodologia científica: lógica, epistemologia e normas*. São Paulo: Atlas, 2003

ABES SOFTWARE. Mercado brasileiro de TI fatura US\$ 61,6 bilhões em 2013. 23 maio 2014. Disponível em:

<<http://www.abessoftware.com.br/noticias/mercado-brasileiro-de-ti-fatura-us-616-bilhoes-em-2013>>. Acesso em: 10 dez. 2014

TROTT, P. *Gestão da inovação e desenvolvimento de novos produtos*. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

TROTT, P. *Gestão da inovação e desenvolvimento de novos produtos*. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.