



Inovação e desempenho nas PME Angolanas

Innovation and performance in Angolan SMES

Malundo Fausto Catessamo¹

Orlando Manuel Martins Marques de Lima Rua²

Resumo

O objetivo fundamental deste trabalho consiste na análise das contribuições da inovação no desempenho das pequenas e médias empresas (PME) na cidade de N'Dalatando (Angola). Recorremos a uma abordagem quantitativa, combinando análise documental com estatística, tendo os dados sido recolhidos através de um questionário administrado às empresas registadas no Instituto Nacional de Apoio as Pequenas e Médias Empresas (INAPEM), da Província do Kwanza Norte, o qual foi construído a partir do Inquérito Comunitário à Inovação (CIS), adaptado à realidade angolana e à especificidade do presente estudo. As empresas analisadas operam sobretudo no mercado local, apresentam um baixo nível de internacionalização. Todas as empresas introduziram inovações de produto, processo, organizacional e marketing, sobretudo do tipo incremental, desenvolvidas em cooperação com outras instituições. Recomendamos que futuros estudos explorem a importância da economia digital e, conseqüentemente, dos serviços digitais para a diversificação da economia angolana.

Palavras-chave: Inovação. Empreendedorismo. PME. Angola.

¹ Mestre em Empreendedorismo e Internacionalização pelo Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (Portugal), Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP), Rua Jaime Lopes Amorim, s/n, 4465-004, S. Mamede de Infesta, Portugal.
E-mail: maxiscap2012@hotmail.com

² Agregado em Gestão pela Universidade da Beira Interior (Portugal), Centro de Estudos Organizacionais e Sociais do Politécnico do Porto (CEOS.PP), Rua Jaime Lopes Amorim, s/n, 4465-004, S. Mamede de Infesta, Portugal. E-mail: orua@iscap.ipp.pt
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1593-7440>

Abstract

The fundamental objective of this paper is to analyze the contributions of innovation in the performance of small and medium-sized enterprises (SMEs) in the city of N'Dalatando (Angola). We used a quantitative approach, combining documentary analysis with statistics, and the data were collected through a questionnaire administered to companies registered at the National Institute of Support to Small and Medium Enterprises (INAPEM) in the Province of Kwanza Norte, which was built from the Community Innovation Survey (CIS), adapted to the Angolan reality and the specificity of this study. The analyzed companies operate mainly in the local market, and present a low level of internationalization. All companies introduced product, process, organizational and marketing innovations, mainly of the incremental type, developed in cooperation with other institutions. We recommend that future studies explore the importance of the digital economy and, consequently, of digital services for the diversification of the Angolan economy.

Keywords: Innovation. Entrepreneurship. SMEs. Angola.

Introdução

O contributo da inovação no crescimento económico e no fortalecimento da competitividade das empresas e das nações é incontornável, sendo que “o empreendedorismo é determinante. Estando estreitamente ligado à inovação, é o veículo que transporta as novas ideias e formas de fazer as coisas ao encontro das necessidades do mercado” (Correia, 2013, p. 1).

Neste processo, é importante que o empreendedor saiba associar o empreendedorismo à inovação “Para que a empresa seja capaz de inovar, tem de criar uma estrutura que permita que se seja empreendedor. (...) Tem de se certificar que os seus incentivos, as suas remunerações, as suas decisões de recursos humanos e as suas políticas recompensam o comportamento empreendedor certo e não o penalizam” (Drucker, 2008, p. 157).

A contribuição da inovação e do empreendedorismo para o crescimento económico das nações é evidente. Nos países em via de desenvolvimento, o incentivo a estas atividades é tido como forma de estímulo ao desenvolvimento socioeconómico. Em Angola, a inovação e o empreendedorismo estão no centro das preocupações do governo, sendo entendimento deste tratar-se de um processo vital para o crescimento da sua economia através da criação de micro, pequenas e médias empresas; a crise financeira mundial criou um desafio particular

para Angola: a pertinência de deixar de depender dos recursos naturais e mudar a atenção para inovação e o crescimento do setor privado (Marques, 2011).

Referencial Teórico

A história da evolução económica é marcada por revoluções que resultaram num processo de mutação contínua dentro das empresas, substituindo o antigo pelo novo. Estas provocaram uma crescente preocupação nas empresas em buscar uma posição de liderança nos setores em que atuam, aumentando sua competitividade para sobreviver através da oferta aos clientes de “novos bens ou serviços” (Clarysse et al., 2011, p. 1084). Assim sendo, a inovação foi colocada no centro das atenções dos economistas, empreendedores e outros atores, assumindo-se como ferramenta indispensável para o crescimento dos negócios.

Por ser bastante variado o seu conceito, dependendo, sobretudo, da sua aplicação, a inovação nos negócios pode ser vista como “a tendência de a empresa participar e apoiar novas ideias, novidades, experimentação e processos criativos que possam resultar em novos produtos, serviços ou processos tecnológicos” (Chandra et al., 2009, p. 41]. A inovação é alcançada de forma periódica quando tomamos uma ideia, conceito ou produto já existente e nos preocupamos com a sua contínua melhoria. Pensar para além do que já existe e criar um conceito completamente novo ou melhorado, tornou-se nos dias de hoje tarefa muito importante para que os empreendedores possam criar o seu próprio negócio e sustentar as suas empresas, sendo mais inovadores e promovendo o crescimento da sua atividade (Chowdhury, 2011). O impulso fundamental que mantém o motor do capitalismo funcionando tem origem em novos bens de consumo, novos métodos de produção, ou transporte, novos mercados, novas formas de organização criados pelas empresas “com vista a obtenção de vantagem estratégica” (Tidd et al., 2001, pp.7-8].

Atualmente, os produtos, serviços ou processos devem ser adaptados constantemente às necessidades dos clientes através da recriação dos modelos de negócios existentes e construção de mercados inteiramente novos ou recriados. Esta mudança de comportamento na atividade empreendedora através da criatividade gera produtos e serviços novos ou melhorados de modo a criar novos valores para os clientes e permitir o crescimento e sustentabilidade do negócio. Este processo é designado de inovação, constituindo “o elemento chave para concretização do crescimento agressivo das receitas e dos percentuais de lucro” (Davila et al., 2007, p. 13).

A inovação, tradicionalmente considerada no meio empresarial, significa a procura de novas soluções tecnológicas, visando quer o aprimoramento contínuo da qualidade dos produtos e processos, quer a exploração de novos mercados, permitindo assim a criação de novas formas de contato com clientes e o fornecimento de novos produtos e serviços para satisfazer as necessidades destes (Vianna et al., 2013). Por outro lado, esta pode também ser entendida como a introdução de um processo novo ou produto claramente melhorado no que concerne a suas características ou usos previstos bem como o alargamento das possibilidades de aplicação de um produto ou serviço (Bucha, 2011).

A inovação é também definida como uma nova forma de organização do local de trabalho ou nas relações com o exterior (e.g. sócios, clientes e fornecedores), com vista a “mudanças objetivamente focadas no potencial econômico ou social de um empreendimento” (Drucker, 1995, p. 36]. Neste sentido, os empreendedores convertem oportunidades em ideias comercializáveis e tornam-se assim catalisadores da mudança (Howell & Higgins, 1990). Ferreira et al. (2010) definem dois tipos de inovação: inovações incrementais: novos produtos, mas que incorporam apenas pequenas mudanças tecnológicas, melhor atendimento aos clientes ou mesmo melhor aspeto visual do estabelecimento comercial; e inovações radicais: novos produtos com avanço tecnológico significativo que alteram a forma como produzimos ou consumimos algo. Estes tipos de inovações permitem “combinar empreendedorismo e sustentabilidade” (Spence et al., 2011, p. 335).

Considerada como a extensão de um produto ou serviço, o processo de inovação permite que os resultados de uma invenção cheguem de forma fácil e sem discriminação a todos os consumidores, tanto no que tange ao preço, como na maneira fácil de usar esse produto ou serviço. A inovação é assim a implementação de um produto ou serviço, processo de produção ou método de marketing novo ou melhorado, um novo método de organização nas práticas do negócio, do local de trabalho, a aquisição de novo mercado para venda do produto ou serviço ou a aquisição de uma nova fonte de obtenção de matéria-prima a preço mais acessível e de boa qualidade ou ainda a melhoria nas relações com os clientes, fornecedores e outros colaboradores (Bes & Kotler, 2011; Tidd et al., 2001).

Metodologia

3.1 Abordagem metodológica

O objetivo da abordagem metodológica é avaliar resultados que podem ser contados e expressos em números, taxas, proporções, responder a questões relativas a quanto ou avaliar atitudes cujos objetivos sejam específicos a abordagem aconselhável é a quantitativa (Tanaka & Melo, 2001). Consideramos a abordagem metodológica quantitativa por ser aquela que melhor se adequa às exigências e especificidade do presente estudo, tendo-se procedido à combinação da análise documental com a estatística. Assim, através de um estudo de caso exploratório, descritivo e transversal, pretendemos investigar as contribuições da inovação e do empreendedorismo para o desempenho das PME da cidade de N'Dalatando.

3.2 Amostra e recolha de dados

A amostra do presente estudo são as PME da cidade de N'Dalatando, codificadas segundo a Classificação Angolana das Atividades Económicas (CAE) (INE, 2005), por setor de atividade.

O total de PME certificadas e em pleno funcionamento na referida cidade é de 54 (INAPEM-KN, 2014), tendo respondido ao questionário 29 empresas, correspondendo a uma taxa de resposta de 54%.

Os dados coletados, durante maio de 2014, foram processados através do *Software Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), versão 21.

3.3 Instrumento

O instrumento utilizado para a recolha dos dados foi um inquérito sob forma de questionário construído, basicamente, a partir do CIS (2008) - Inquérito Comunitário à inovação (“Community Innovation Survey”) (GPEAR/MCTES, 2010). O CIS é, atualmente, o principal instrumento estatístico no estudo de inovação a nível europeu, realizada periodicamente em todos os estados membros da União Europeia [6]. Tal instrumento foi adaptado, por um lado, à realidade angolana e, por outro lado, às necessidades do presente estudo.

Resultados

Podemos verificar no gráfico seguinte que as atividades *outro comércio a retalho de produtos novos* (CAE 523) e *comércio a retalho de produtos alimentares, bebidas e tabacos, em estabelecimentos especializados* (CAE 522) são as mais representativas na amostra, com um peso, respetivamente, de 35% (10 registos) e 21% (6 registos).

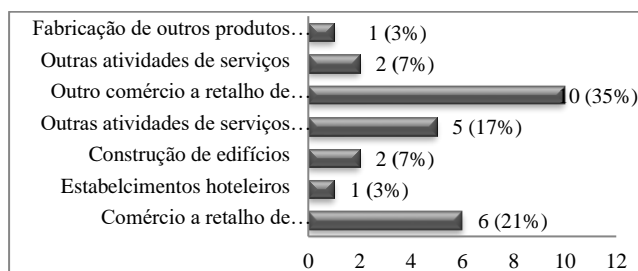


Gráfico 1: Distribuição da amostra por atividade (CAE Rev. 1)

Fonte: Dados da pesquisa.

Na análise aos diferentes tipos de inovação estudados, verificamos que todas as empresas inquiridas indicam ter introduzido inovações em pelo menos uma das áreas (produto ou processo).

No que diz respeito à introdução de bens e/ou serviços significativamente melhorados, pelo Gráfico 2 verificamos que 62% reportou a introdução de bens novos ou melhorados e que 79% reportou a introdução de serviços novos ou melhorados.



Gráfico 2. PME com introdução de bens ou serviços novos ou melhorados

Fonte: Dados da pesquisa.

Para os bens e serviços, 41% das empresas inquiridas (12 registos) reportaram que os mesmos foram desenvolvidos pela própria empresa, 45% (13 registos) em cooperação com outras instituições e 14% (3 registos) por outra empresa (Gráfico 3).

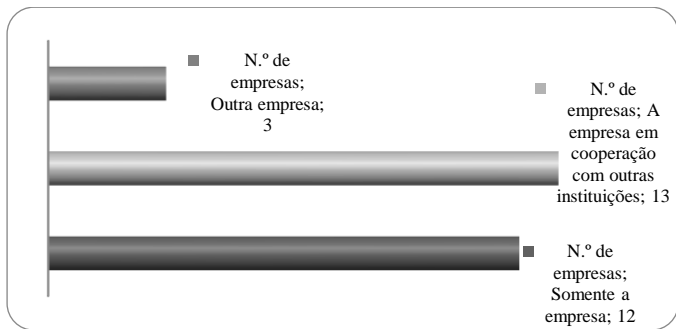


Gráfico 3. Responsável pela inovação de produto

Fonte: Dados da pesquisa.

Segundo o Gráfico 4, dos produtos (bens/serviços) introduzidos, 55% das PME indicaram terem sido produtos melhorados para o mercado da empresa e 52% produtos melhorados novos apenas para a empresa.

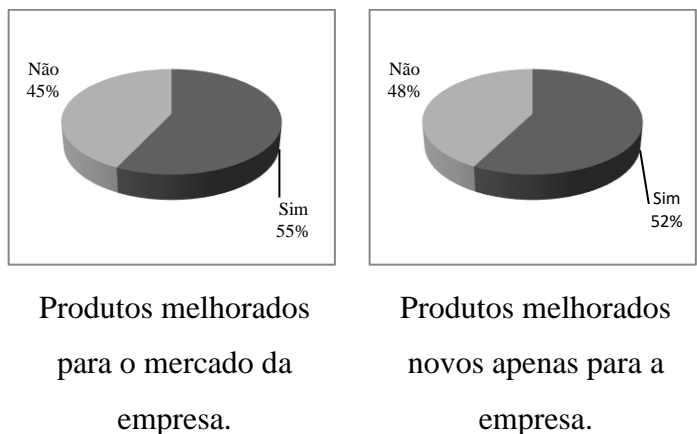


Gráfico 4. Inovação de produto

Fonte: Dados da pesquisa.

Estes dados demonstram o dinamismo das empresas para o desenvolvimento de inovações incrementais no interior das mesmas, bem como alguma abertura à parcerias com outras empresas ou instituições.

Discussão e Conclusões

O presente estudo tem como objetivo fundamental analisar as contribuições da inovação no desempenho das PME na Cidade de N'Dalatando (Angola).

A inovação e o empreendedorismo são atualmente fenómenos emergentes que devido a crise económica mundial está no centro das atenções dos gestores, políticos e da sociedade em geral, devido ao acréscimo do desemprego ser um dos grandes desafios da sociedade, dos governos e dos dirigentes do mundo moderno. O seu fomento tem provocado o surgimento de

milhares de micro, pequenas e médias empresas, que pela sua representatividade são o motor da economia real. Por isso, a criação de oportunidades empreendedoras aliada à uma estrutura orgânica flexível e democrática é de capital importância para geração de diferentes tipos de inovações de modo a garantir a sobrevivência do negócio pois, qualquer organização já existente, quer seja uma empresa, uma igreja, um sindicato ou um hospital, entra em colapso se não inovar. Não inovar é a única grande razão do declínio das organizações existentes (Drucker, 2008).

O presente estudo demonstra que a inovação é considerada um elemento fundamental para a sobrevivência e sucesso das PME e que pelo seu caráter dinâmico permite a redução dos custos de produção, a criação de novos mercados, o aumento da competitividade, o estímulo de melhores desempenho ao gerar lucros, a criação de emprego e ao aumento do crescimento e das transações no mercado bem como colocar bens e serviços novos ou recriados à disposição dos clientes. Neste âmbito, a identificação e conseqüente remoção dos fatores inibidores da inovação é fundamental para sua prática sistemática e metódica, sendo que estes fatores são internos e externos às PME. Assim sendo, identificamos no presente estudo alguns destes fatores: insatisfação dos colaboradores, o medo de investir para melhorar a actividade inovadora e empreendedora e a falta de formação e de capacitação para o líder e/ou os colaboradores.

A análise descritiva dos dados, revela que as PME estão maioritariamente concentradas no mercado interno, com baixo nível de internacionalização, estando o maior número dedicado a outro comércio a retalho de produtos novos e comércio a retalho de produtos alimentares, bebidas e tabacos em estabelecimentos especializados, respetivamente. Constatamos um setor ainda jovem detido sobretudo por empreendedores em nome individual cujo grau académico da maioria de seus colaboradores é ainda básico, mas, com algum conhecimento sobre o intraempreendedorismo, sendo raras as empresas com áreas exclusivas à atividade de inovação.

As PME revelam algum dinamismo na introdução de bens e serviços novos, sobretudo, para o mercado da empresa, desenvolvidos maioritariamente pela empresa em cooperação com outras instituições. Grande parte das inovações de produtos, refere-se a serviços melhorados. Por outro lado, a inovação de processo foi em grande escala sobre métodos de logística, entrega ou distribuição dos fatores produtivos ou produtos finais (bens/serviços), desenvolvidos em cooperação com outras instituições.

A inovação organizacional e de marketing mereceram igualmente atenção do estudo, sendo que a maioria das PME reportou a sua introdução, à semelhança dos tipos anteriormente

referidos. Para estes dois tipos de inovações, os setores do comércio a retalho de produtos alimentares, bebidas e tabaco e outro comércio a retalho de produtos novos em estabelecimento especializado, respetivamente, foram os mais produtivos a julgar pela sua participação na composição da amostra.

Outra nota importante a reter é o facto de o empreendedorismo na cidade de N'Dalatando ser extremamente baseado em atividades tradicionais. É de recordar que o empreendedorismo de negócios divide-se em duas atividades: as atividades tradicionais-imprescindíveis para o emprego, para as exportações, para criação de riqueza e para o desenvolvimento regional e nacional, mas sem aposta particular em I&D, sem recursos humanos com uma qualificação acima da média, e não lançam produtos ou processo de rotura ao contrário das atividades de base tecnológica [6], como demonstrou o nosso estudo.

O contexto bastante circunscrito do estudo, por abranger apenas a cidade de N'Dalatando, a não indicação no inquérito dos mercados externos, os objetivos que os levou a estes mercados e a quantidade de recursos financeiros gastos para cada atividade de inovação, são limitações que urgem destacar. Os resultados obtidos no âmbito do presente estudo circunscrevem-se em exclusivo à respetiva área de referência analisada, não podendo, pois, serem extrapolados para a Província do Kwanza Norte. Destacamos, ainda, como limitações a excessiva orientação das atividades económicas estudadas para o comércio a retalho, bem como a constatação da inexistência de financiamento público sequer para atividade de inovação associada à introdução simplesmente de inovação incremental.

Propomos para futuras linhas de investigação alargar a análise para toda a Província. Por outro lado, analisar o porquê da excessiva influência da atividade de comércio, assim como o porquê da falta de financiamento para atividades de inovação. Finalmente, propomos que no futuro seja construído um inquérito comunitário à inovação que possa ser aplicado à globalidade do universo das empresas angolanas.

Agradecimentos

Este trabalho é financiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto UIDB/05422/2020.

Referências

Bes, F.T. & Kotler, P. (2011). *A Bíblia da inovação: Princípios fundamentais para levar a cultura da inovação contínua às organizações*. São Paulo: Texto editores.

- Bucha, A. I. (2011). *Empreendedorismo: Processo de aprendizagem de empreendedores*. Alpiarça: Cosmos.
- Chandra, Y.; Styles, C. & Wilkinson, I. (2009). The recognition of first time international entrepreneurial opportunities: Evidence from firms in knowledge-based industries. *International Marketing Review*, 26(1), 30-61.
- Chowdhury, J. A. (2011). The Determinants of entrepreneurship in a conflicts region: Evidence from the chittagong hill tracts in Bangladesh. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 24(2), 265-281.
- Clarysse, B.; Tartari, V. & Salter, A. (2011). The impact of entrepreneurial capacity, experience and organizational support on academic entrepreneurship. *Research Policy*, 40(8), 1089-1093.
- Correia, M. J. (2013). *Impacto da Inovação Organizações do setor da saúde: evidência empírica do CIS*. Instituto Politécnico do Porto [s. n], Dissertação de Mestrado em Gestão das Organizações.
- Dantas, J. (2013). *Inovação e marketing em serviços*. Lisboa: Edições técnicas.
- Davila, T.; Epstein, M. J. & Shelton, R. (2007). *As regras da inovação – como gerenciar, como medir e como lucrar*. Porto Alegre: Bookman.
- Drucker, P. F. (1995)**. Review of managing in a time of great change. *Journal of Industrial Teacher Education*, 34(1), 88-95.
- Drucker, P. F. (2008). *O essencial de Drucker: Uma seleção das melhores teorias da Gestão*. Coimbra: Actual editora.
- Ferreira, M. P.; Santos, J. C. & Serra, F. R. (2010). *Ser empreendedor: Pensar, criar e moldar a nova empresa* (2ª edição). Lisboa: Sílabo.
- GPEAR/MCTES (2010). *Sumários Estatísticos CIS 2008 - Inquérito Comunitário à Inovação*. Lisboa: Gabinete de Planeamento, Estratégia, Avaliação e Relações Internacionais.
- Howell, J. M. & Higgins, C. A. (1990). Champions of change. *Business Quarterly*, 54 (4), 31-36.
- INAPEM-KN (2014). *Recenseamento de Empresas e Estabelecimentos de N'Dalatando* (2002). Instituto Nacional de Pequenas e Médias Empresas, Kuanza Norte, Angola.
- INE (2005). *Recenseamento de Empresas e Estabelecimentos: REMPE* (2002). Instituto Nacional de Estatística de Angola, Luanda.
- Marques, S. (2011). *Empreendedorismo em Angola: Entre as idéias e a ação*. Luanda: Panzo Consulting Firm.
- Spence, M.; Gherib, J. B. B. & Biwolé, V. O. (2011). Sustainable Entrepreneurship: Is entrepreneurship will enough? A North-South Comparison. *Journal of Business Ethics*, 99(6). 335-352.

- Tanaka, O. Y. & Melo, C. (2001). *Avaliação do programas de saúde do adolescente-um modo de fazer*. São Paulo: Edusp.
- Tidd, J.; Bessant, J. & Pavitt, K. (2001). *Gestão da inovação: Integração das mudanças tecnológicas, de mercado e organizacionais (2ª edição)*. Lisboa: Monitor - Projetos.
- Vianna, M.; Vianna, Y.; Adler, I. K.; Luena, B. & Russo, B. (2013). *Design thinking: Inovação em negócios*. Rio de Janeiro: MJV.

Submetido em: 16.12.2022

Aceito em: 19.01.2023