

ANÁLISE DAS DETERMINANTES DA INOVAÇÃO APLICADA AO SETOR HOTELEIRO PORTUGUÊS

Sandra Ribeiro

OBSERVARE - Observatório de Relações Exteriores

Universidade Autónoma de Lisboa

sribeiro@autonoma.pt

Gerson Vianey

Universidade Autónoma de Lisboa



- 1** Contextualização e Objetivos da Investigação
- 2** Enquadramento teórico
- 3** Metodologia
- 4** Análise e discussão dos resultados
- 5** Conclusões, limitações e Investigação futura

Contextualização

- 1** Envolvente socioeconómica atual e impacto sobre o tecido empresarial. Com as constantes mutações de mercado estimuladas pelo avanço tecnológico, as empresas têm de criar medidas ou estratégias de adaptação, e, para isso, devem procurar ser inovadoras no seu setor de atividade para, de melhor forma, se ajustarem às tendências e fazer face aos desafios da sua envolvente de forma continuada.
- 2** A inovação representa um elemento importante para promover o dinamismo do tecido empresarial, nomeadamente a nível dos serviços, e do turismo em particular.
- 3** Abordagem atual do tema e a sua importância para o mundo empresarial
- 4** Peso do setor do turismo em Portugal

Objetivos

Compreender como a inovação pode ser o diferenciador entre as unidades hoteleiras de pequena dimensão em Portugal Continental.

Questão de investigação: O que determina a inovação numa empresa do setor Hoteleiro em Portugal?

Perguntas derivadas

PD1 — São as inovações implementadas nestas empresas por uma influência do mercado ou pelas necessidades da empresa?

PD2 — Como a empresa identifica a melhor altura para a implementação de inovação?

PD3 — De que modo o capital humano tem influência nas estratégias de inovação?

Inovação

innovar - *innovare*, renovar, tornar algo novo, Bessant (2003)

Schumpeter em 1912 - desmantelamento criativo , gerar novas e melhores combinações produtivas, abandono de produtos e práticas antigas e ultrapassadas, Souza (2013).

Conceção de um produto, serviço ou processo que nunca havia sido feito por mais ninguém, inovação absoluta. (produto/serviço/processo) que vai ser feito pela primeira por alguém, inovação relativa, Lagarto (2013).

Surgimento de uma nova ideia, recombinação e reconstrução de ideias antigas, um padrão novo, fórmula ou uma abordagem identificada como nova, Van de Ven & Engleman (2004).

Inovação em serviços

Um serviço é um processo, sequência de operações, modo de organização. Djellal & Gallouj (1999).

Serviço : ato social de interação pessoal entre o prestador do serviço e o utilizador deste mesmo serviço. Sundbo, Orfila-Sintes & Sorensen (2007).

Principais
abordagens.
Gallouj
(1998).

Abordagem tecnicista — Adoção de inovações tecnológicas. Apreciação do processo de difusão de inovações tecnológicas no setor de serviços.

Abordagem baseada nos serviços — Modalidades de inovação do setor dos serviços, a constituição de um novo serviço é feita através de um serviço básico, identificar inovações incrementais em serviços periféricos.

O papel dos recursos é fundamental na inovação em serviços e o conhecimento em inovação é associado aos membros integrantes da empresa e nas habilidades dos mesmos. Chan, Go & Pine (1998), Djellal & Gallouj (1999).

Metodologia

- ✓ Análise da literatura existente sobre a tema de inovação nas organizações
- ✓ Pesquisa exploratória quando se desconhece ou não se conhece suficientemente a área que pretende estudar. Moresi (2003)
- ✓ Método indutivo - indução em que através de dados concretos devidamente observados e confirmados para inferir uma realidade. Kauark *et al.* (2010).
- ✓ Questionário com perguntas fechadas, que permite ao respondente responder a uma das opções disponíveis. Moresi (2003)

Amostra

Amostra numa população de 65 entidades com apenas 38 respostas obtidas

Análise de Fiabilidade do Estudo

- ✓ De 0 à 0,21 confiabilidade baixa
- ✓ De 0,21 à 0,40 Confiabilidade Razoável
- ✓ De 0,40 à 0,60 Confiabilidade Moderada
- ✓ De 0,60 à 0,80 Confiabilidade Substancial
- ✓ De 0,80 à 1 Confiabilidade Elevada ou quase perfeita.

Neste caso foi de 0,80, Substancial.

QUADRO 1 - *Questões da investigação e autores que utilizaram estas questões*

Q.1 - Determinantes de inovação em empresas do setor de serviço (Hoteleiro) ?

Autores: De Brentani (2001); Hu, Horng e Sun (2009); Sundbo, Orfila-Sintes e Sorensen. (2007) e outros.

Q.2 - Melhor altura para a implementação de inovação na empresa?

Autores: Tohidi e Jabbari (2012)

Q.3 - Impacto da implementação de novas estratégias de inovação nestas empresas

Autores: (Hammer e Champy 1994) ; (Soares, Valle, Baldam e Ragonezi 2006) e outros.

Q.4 - Importância do capital humano nestas empresas

Autores: (Bernard, Guironnet e Massard 2010); (Liu et al. 2009); (Barañano 2005) e outros.

Q.5 - Importância da participação do cliente nas decisões de inovação das empresas do setor hoteleiro em Portugal?

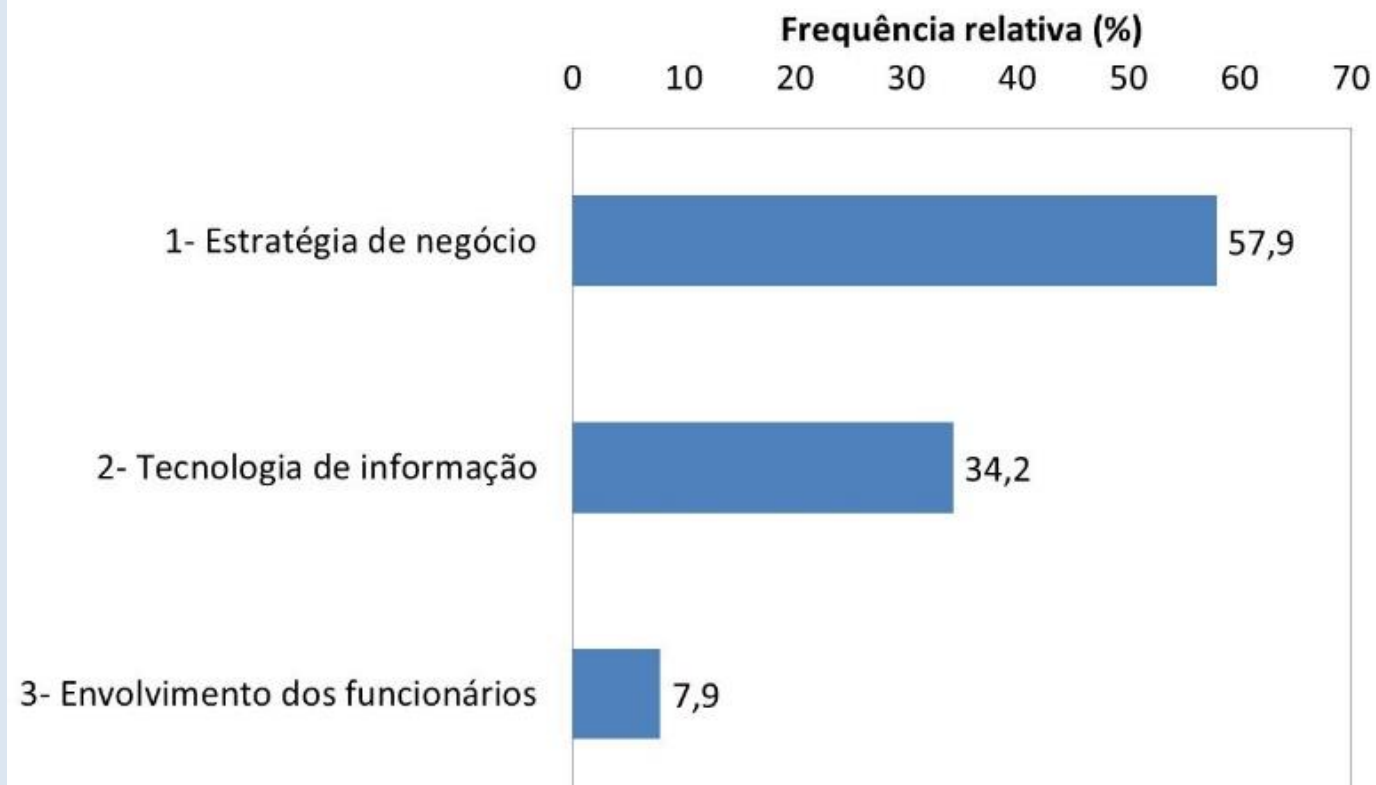
Autores: Tseng, Kuo & Chou (2008) ; Hu, Horng e Sun (2009); Chen, Tsou e Huang (2009)

Q.6 - Importância das TIC'S na gestão de inovação das empresas do setor hoteleiro

Autores: (Buhalis e Law 2008); (Sundbo et al., 2007); (Chen, Tsou e Huang 2009) e outros.

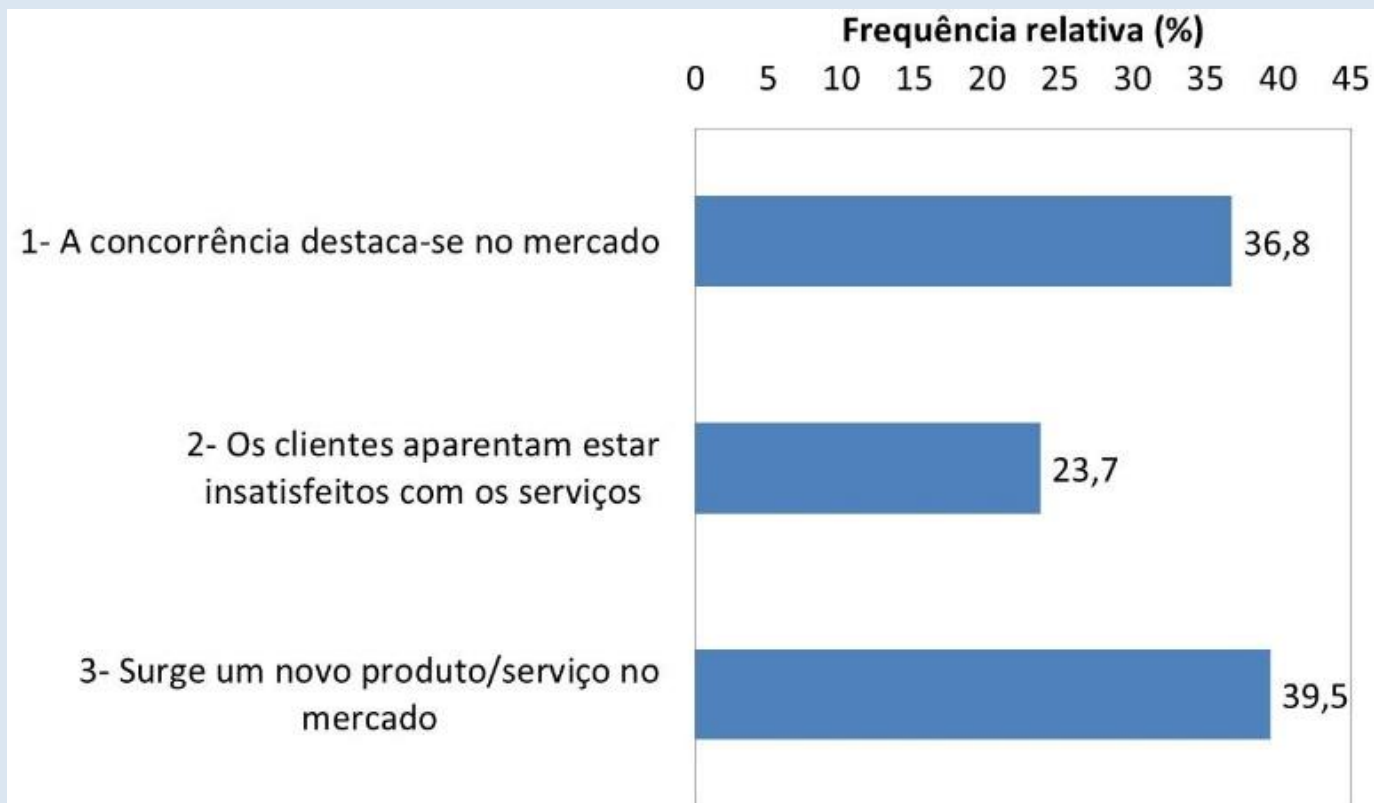
Análise e discussão dos resultados

QI — A inovação numa empresa do setor Hoteleiro em Portugal pode ser determinada por ?:



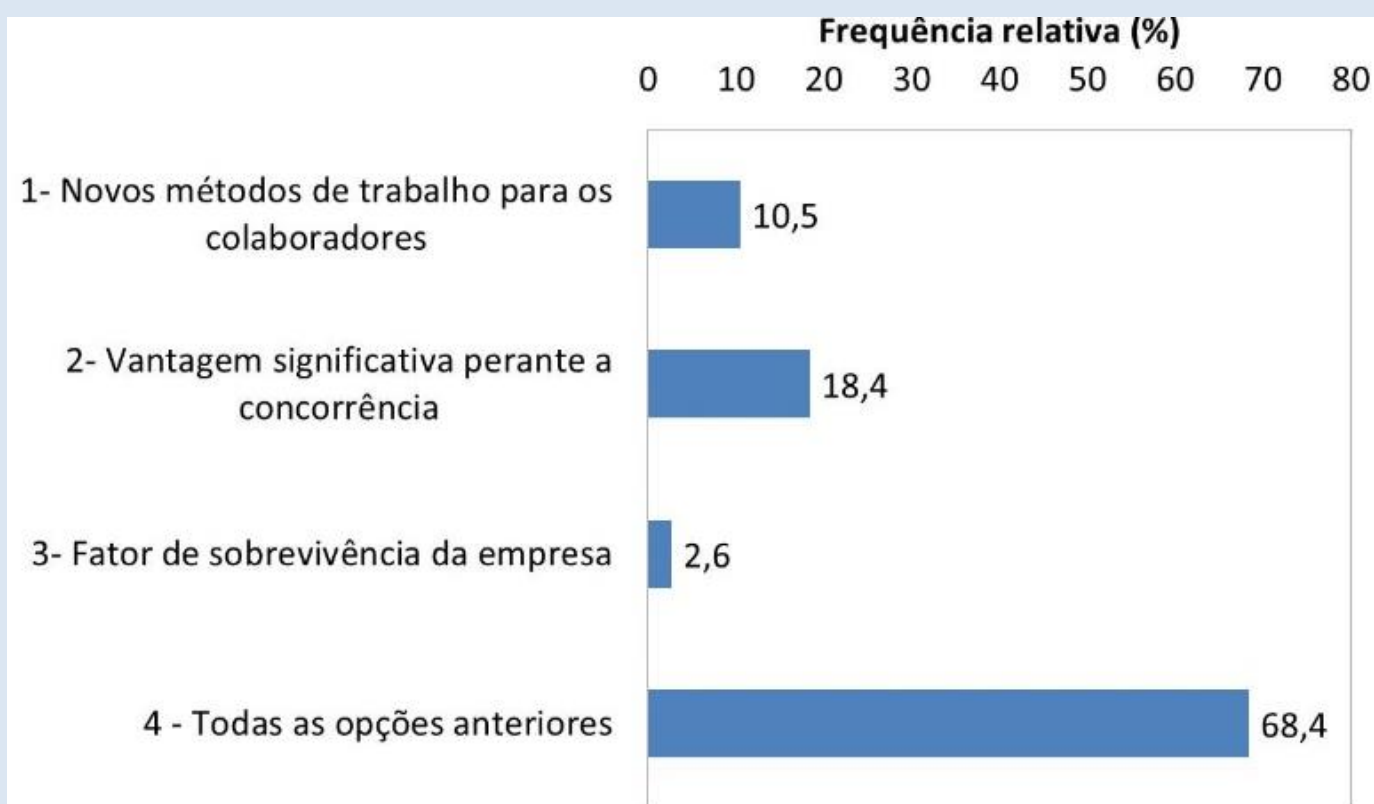
- A influência do mercado na implementação de inovações é superior à influência das necessidades da empresa.

Q2 — A melhor altura para implementação de uma nova estratégia de inovação é quando ?:



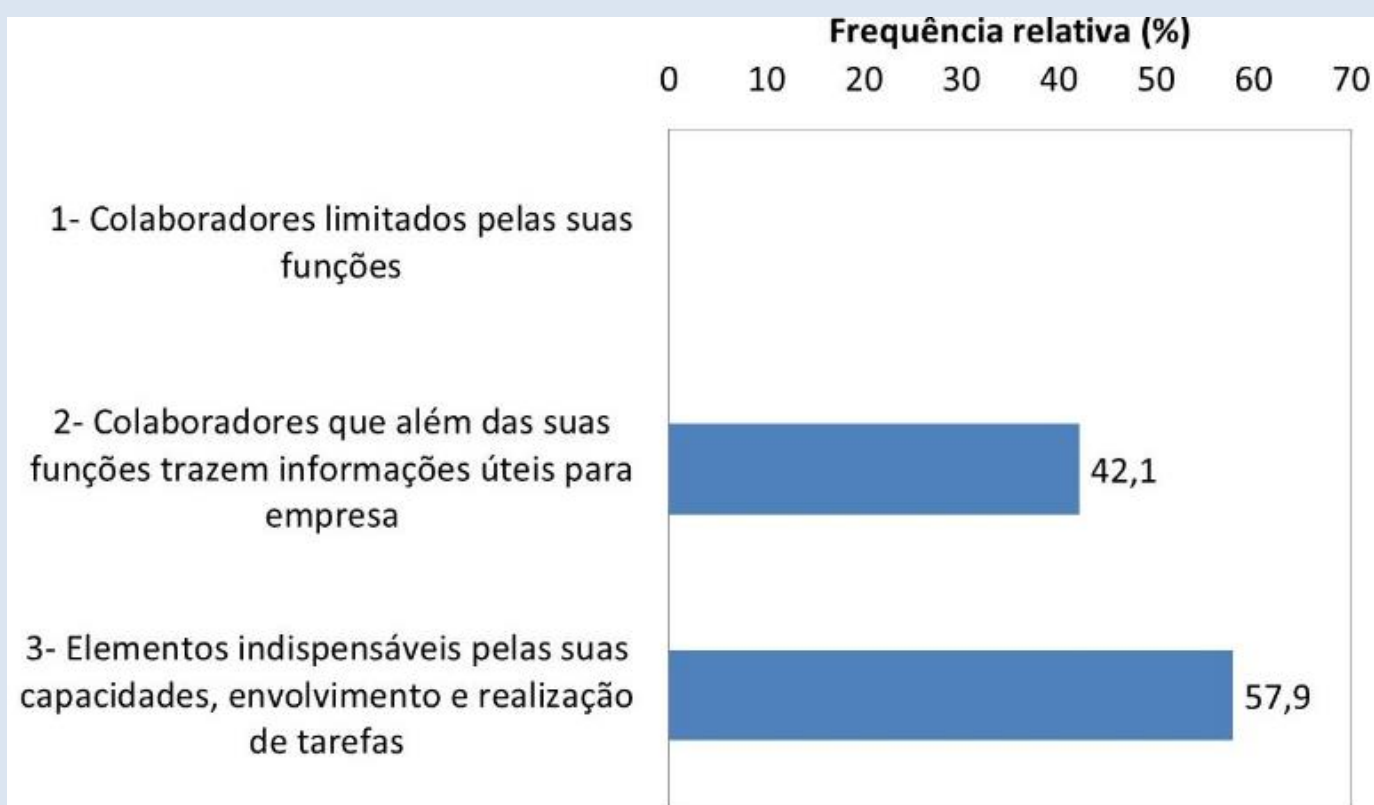
- 39,5% “Surge um novo produto/serviço no mercado”, 36,8% “A concorrência destaca-se no mercado” e 23,7% “Os clientes aparentam estar insatisfeitos com os serviços. não apresentam resultados significativamente diferentes entre si e portanto, estes são equivalentes entre si

Q3 — A implementação de novas estratégias de inovação nestas empresas resultam em ?:



- A resposta 3 - “Fator de sobrevivência da empresa” é a menos dada e assim implementação de inovação não condiciona o fator de sobrevivência da empresa.

Q4 — O capital humano nestas empresas apresenta-se como ?:



- A influência é elevada pois são considerados com capacidade de influenciar e executar as estratégias de inovação.

Q5 — Qual a importância da participação do cliente, nas decisões de inovação das empresas hoteleiras em Portugal

TABELA 1 - *Tabela de frequências da questão V*

	Frequência	Percentagem
Importante	6	15,8
Muito importante	12	31,6
Bastante importante	20	52,6
Total	38	100,0

Fonte: Elaboração Própria

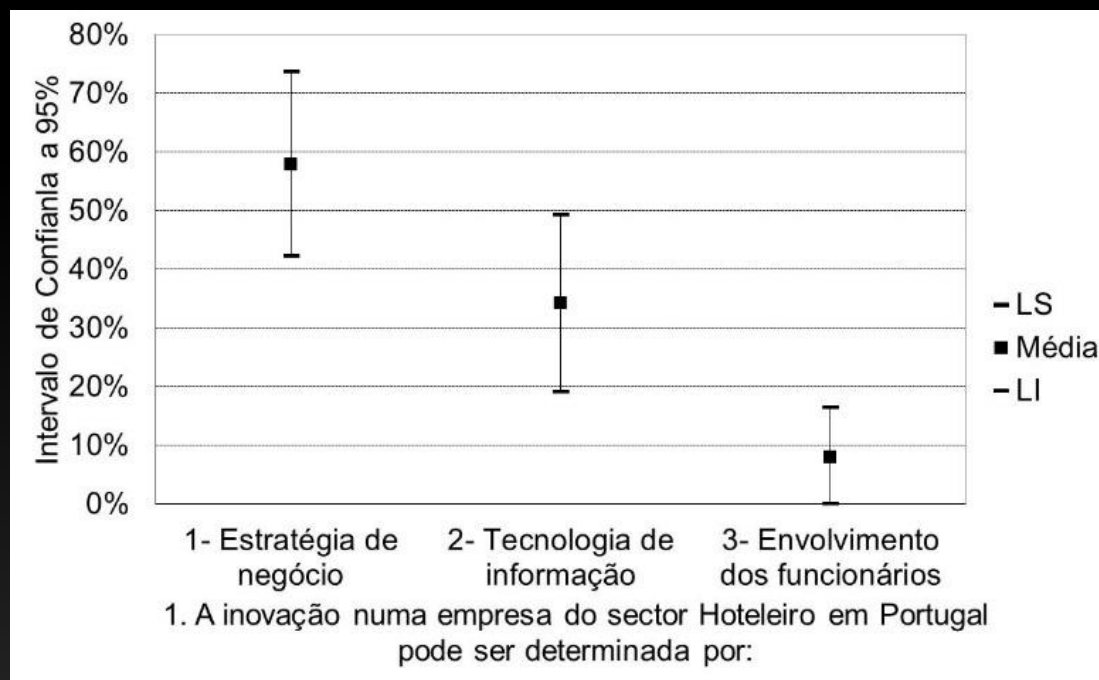
Q6 — Qual o grau de importância das T.I.C's nos determinantes de inovação das empresas de hotelaria em Portugal

TABELA 2 - *Tabela de frequências da questão VI*

	Frequência	Percentagem
Importante	4	10,5
Muito importante	12	31,6
Bastante importante	22	57,9
Total	38	100,0

Fonte: Elaboração Própria

PD1 – São as inovações implementadas nestas empresas por uma influência do mercado ou pelas necessidades da empresa?
Para o estudo desta pergunta derivada consideramos pertinente a análise da questão “1. A inovação numa empresa do sector Hoteleiro em Portugal pode ser determinada por:”



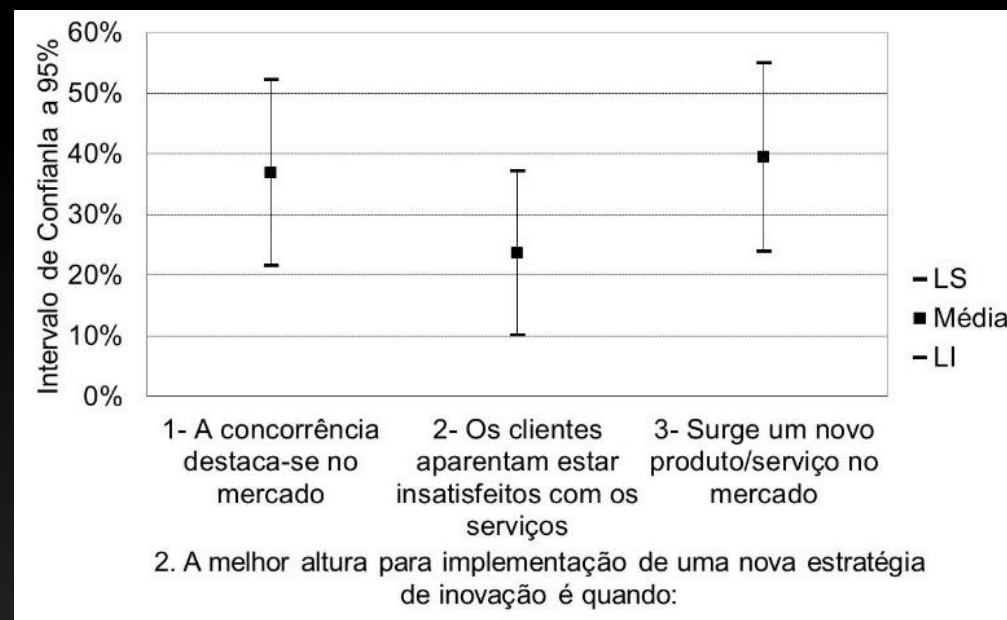
Fonte: Elaboração própria

Comparando a resposta “1- Estratégia de negócio” com um IC a 95% de [42,2%;73,6%] com a resposta “3- Envolvimento dos funcionários” com um IC a 95% de [0,0%;16,5%], não existe sobreposição e conclui-se que as duas respostas são significativamente diferentes.

Outro exemplo, comparando a resposta “1- Estratégia de negócio” com um IC a 95% de [42,2%;73,6%] com a resposta “2- Tecnologia de informação” com um IC a 95% de [19,1%;49,3%], existe sobreposição e não se pode concluir que as duas respostas sejam significativamente diferentes.

PD2 – Como a empresa identifica a melhor altura para a implementação de inovação.

Para o estudo desta pergunta derivada consideramos pertinente a análise da questão “2. A melhor altura para implementação de uma nova estratégia de inovação é quando?”.

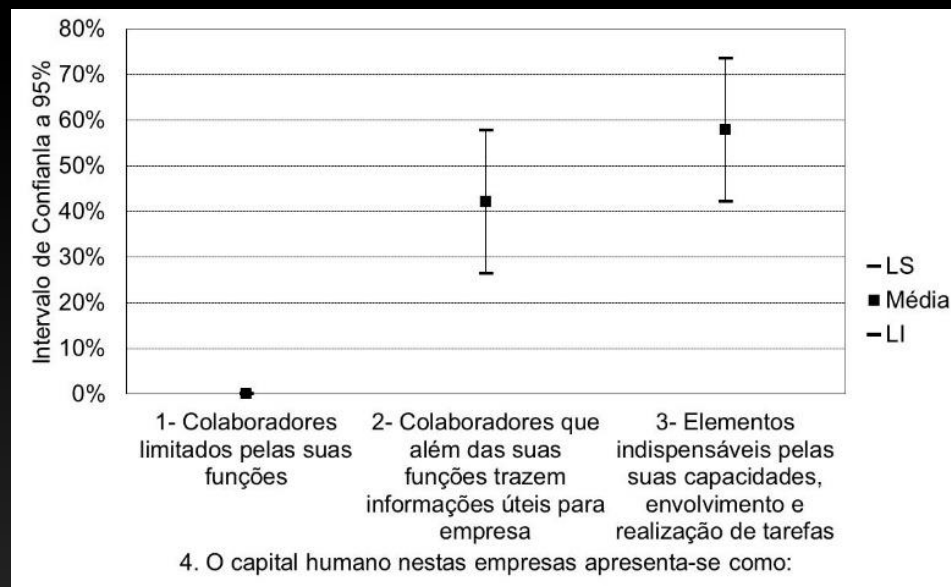


Fonte: Elaboração própria

Com base no intervalo de confiança, conclui-se que as respostas 1, 2 e 3 da tabela são equivalentes entre si.

PD3 – De que modo o capital humano tem influência nas estratégias de inovação?

Para o estudo desta pergunta derivada consideramos pertinente a análise da questão “4. O capital humano nestas empresas apresenta-se como:”.



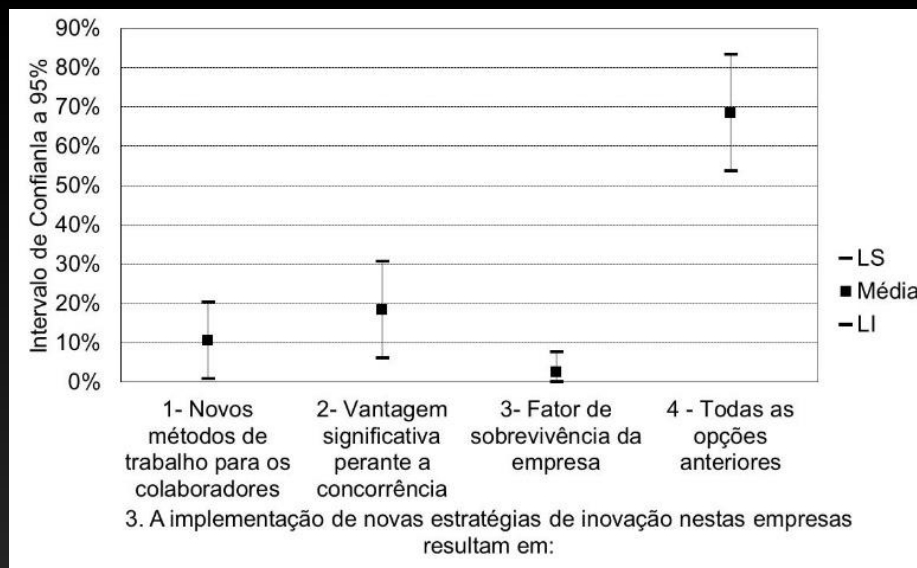
Fonte: Elaboração própria

Verifica-se nas respostas obtidas que as respostas “2 — Colaboradores que além das suas funções trazem informações úteis para empresa” e “3 — Elementos indispensáveis pelas suas capacidades, envolvimento e realização de tarefas” são as respostas mais fornecidas, logo são as características que mais definem o papel dos colaboradores na organização.

Discussão dos resultados e Conclusões

Além dos resultados apresentados, conseguimos baseando-se apenas nas respostas obtidas através do inquérito, responder a questões adicionais. São elas:

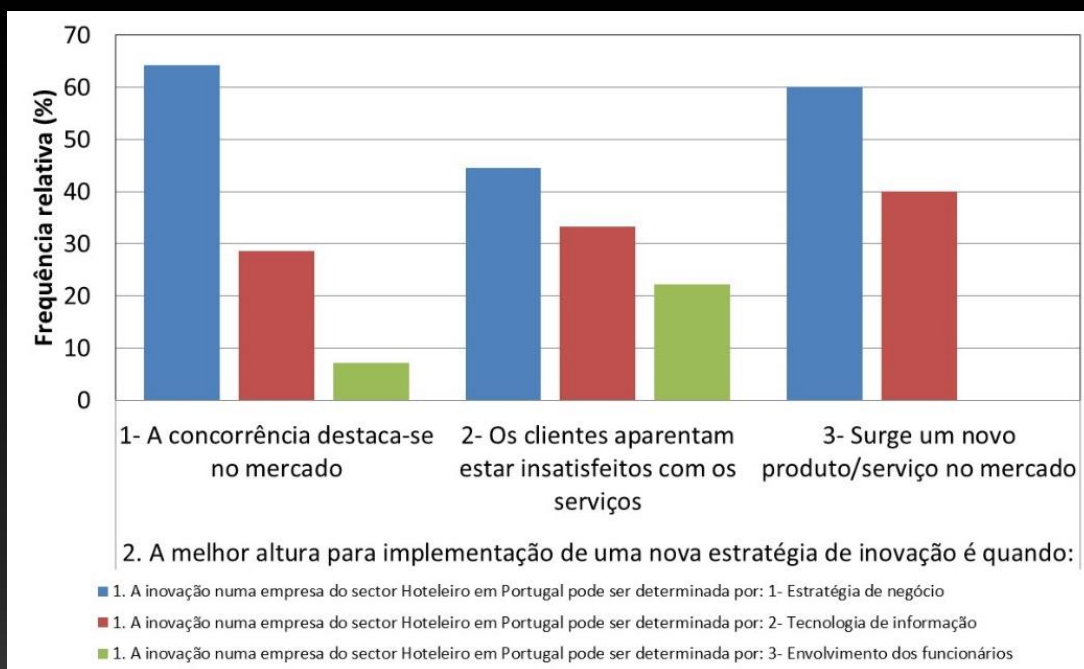
I. De que forma as empresas do setor hoteleiro determinam o que deve ou não ser inovado dentro da empresa?



Fonte: Elaboração própria

Considera-se que todos os elementos: novos métodos de trabalho para os colaboradores, vantagem significativa perante a concorrência e fator de sobrevivência da empresa, são elementos que devem ser considerados simultaneamente no processo de inovação.

2. Como são implementadas as estratégias de inovação nas empresas do setor hoteleiro?



Fonte: Elaboração própria

Na amostra, a determinação da inovação por estratégia de negócio é mais acentuada quando a concorrência é destacada no mercado e quando surge um novo produto/serviço no mercado.

Já a determinação da inovação por tecnologia de informação, verifica-se mais quando surge um novo produto/serviço no mercado.

A determinação da inovação por envolvimento dos funcionários é mais sentida quando os clientes aparentam estar insatisfeitos, no entanto, as diferenças observadas não são estatisticamente significativas, de acordo com o teste de Fisher realizado (Fisher=3,724; $p=0,442$).

Portanto, relativamente a este objetivo, conclui-se que não existem diferenças significativas na determinação da inovação em função da melhor altura para implementação de uma nova estratégia de inovação.

3. Qual é o impacto das estratégias de inovação no funcionamento dessas empresas?

1. A inovação numa empresa do		3. A implementação de novas estratégias de inovação nestas empresas resultam em:				Teste Fisher
sector Hoteleiro em Portugal pode ser determinada por:		1- Novos métodos de trabalho para os colaboradores	2- Vantagem significativa perante a concorrência	3- Fator de sobrevivência da empresa	4 - Todas as opções anteriores	
1- Estratégia de negócio	N	2	4	1	15	Fisher=5,045
	% na categoria	9,1%	18,2%	4,5%	68,2%	
2- Tecnologia de informação	N	1	2	0	10	p=0,656
	% na categoria	7,7%	15,4%	,0%	76,9%	
3- Envolvimento dos funcionários	N	1	1	0	1	
	% na categoria	33,3%	33,3%	,0%	33,3%	

Fonte: Elaboração própria

Na amostra, o resultado da implementação de inovação de “novos métodos de trabalho para os colaboradores” e “vantagem significativa perante a concorrência” verificam-se mais quando a inovação é determinada por envolvimento dos funcionários, o resultado “fator de sobrevivência da empresa” apenas é referido quando a inovação é determinada por estratégia de negócio e “todas as respostas anteriores” verificam-se mais quando a inovação é determinada por tecnologias de informação ou estratégia de negócio. De salientar que as diferenças observadas não são estatisticamente significativas, de acordo com o teste de Fisher (Fisher=5,045; p=0,656).

Neste sentido conclui-se que não existem diferenças significativas nos resultados da implementação de novas estratégias de inovação em função da determinação da inovação.

Conclusões

- 1** Métodos de trabalho bem definidos e organizados, quando assim não acontece estes podem condicionar a posição da empresa no mercado.
- 2** Criatividade, omissão de burocracia e projetos desenvolvimento, não são necessariamente particulares aos hotéis, sua implementação não vai de acordo com a melhor altura para implementação.
- 3** Definição do novo posicionamento e novo ambiente na empresa, bem como o monitoramento do novo processo
- 4** A implementação de uma estratégia de inovação não vai determinar a sobrevivência da mesma
- 5** Capital humano faz toda a diferença quando envolvido de uma forma mais profunda nas decisões da empresa e também no que se refere a implementação de inovação nestas empresas
- 6** T.I.C - ferramenta principal, informações que influenciam na decisão do cliente de lá se hospedar ou não

Limitações

- 1 Pouca representatividade da amostra.
- 2 Período de realização do estudo.

Investigação futura

- 1 Ampliação da amostra.
- 2 Analisar o mesmo impacto considerando os diferentes tipos de inovação.
- 3 Analisar o impacto da inovação no desempenho económico.

Referências Bibliográficas

Bessant, J (2003). Challenges in innovation management. DOI: 10.1016/B978-008044198-6/50052-8

Fagerberg J., Mowery D., and Nelson R (Eds.) (2004). Innovation: A guide to the literature. The Oxford handbook of innovations pp. 1–26

Goldsmith, R. E & Foxall, R.G. (2003). The measurement of Innovativeness; The international Handbook on Innovation. Elsevier Science pp 321-330

Hjalager, A. M. (2010). A review of innovation research in tourism. Tourism Management, Vol 31, pp. 1–12,

Lagarto J.R. (2013). Inovação, TIC e Sala de Aula. In V Congresso Internacional De Educação, Santa Maria, 2013 - As novas tecnologias e os desafios para uma educação humanizadora. Santa Maria, Brasil: Biblos Editora, 2013. ISBN 978-85-89174-76. p. 133-138

Souza, J.C., Faria, M.F.B. (2013). Processo de inovação no contexto organizacional: uma análise de facilitadores e dificultadores. Brazilian Business Review, Vol 10, pp. 113-136

Schumpeter, J. A. (1997). Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e ciclo econômico. São Paulo: Nova Cultural

World Tourism Organization (UNWTO). (2012). Understanding Tourism: Basic Glossary,

Van de Ven, A. H., Engleman, R. M. (2004). Central problems in managing corporate innovation and entrepreneurship. Corporate Entrepreneurship, Vol 7, pp 47-72



MUCHAS GRACIAS