

**FONTES, MOTIVAÇÕES E DIFICULDADES NO PROCESSO DE INOVAÇÃO DAS EMPRESAS TÊXTEIS DO MUNICÍPIO DE GASPAR/SC**

Vanessa Edy Dagnoni Mondini<sup>1</sup>  
Givaldo Bezerra da Hora<sup>2</sup>  
Gláucia Marian Tenfen<sup>3</sup>  
Luciano Castro Carvalho<sup>4</sup>

**RESUMO**

A inovação desempenha um papel relevante no aprimoramento de processos e no desenvolvimento das indústrias. Este artigo tem como objetivo avaliar a influência das fontes, motivações e dificuldades no processo de inovação das empresas têxteis de Gaspar/SC, Capital Nacional da Moda Infantil, sob a ótica das teorias da inovação e institucional. Ante o exposto, a pesquisa foi realizada a partir de dados primários coletados em empresas do arranjo produtivo local (APL) têxtil, localizado no município em questão. Para análise dos dados, aplicou-se o método estatístico ANOVA. Os resultados indicaram que tanto as variáveis fontes de inovação, quanto motivações para inovar atuam como impulsionadores da inovação nas indústrias investigadas. Ao considerar essas variáveis como partes integrantes do processo de inovação, as empresas podem direcionar seus esforços para fontes estratégicas de conhecimento e motivos relevantes, maximizando, assim, seu potencial inovador e impulsionando o crescimento organizacional. Desse modo, os achados ampliam a discussão da inovação em um segmento da indústria tradicional.

**Palavras-chave:** Inovação; Indústria têxtil; Capital Nacional da Moda Infantil.

**SOURCES, MOTIVATIONS AND DIFFICULTIES IN THE INNOVATION PROCESS OF TEXTILE COMPANIES IN THE MUNICIPALITY OF GASPAR/SC****ABSTRACT**

Innovation plays an important role in improving processes and developing industries. This article aims to evaluate the influence of sources, motivations and difficulties in the innovation process of textile companies in Gaspar/SC, National Capital of Children's Fashion, from the perspective of innovation and institutional theories. In view of the above, the research was carried out based on primary data collected from companies in the textile local productive arrangement (APL), located in the municipality in question. For data analysis, the ANOVA statistical method was applied. The results indicated that both the sources of innovation variables and the motivations to innovate act as drivers of innovation in the investigated industries. By considering these variables as integral parts of the innovation process, companies can direct their efforts to strategic sources of knowledge and relevant

<sup>1</sup> Doutora em Ciências Contábeis e Administração (FURB)

<sup>2</sup> Doutor em Administração (PPGA/UFSC)

<sup>3</sup> Doutora em Ciências Contábeis e Administração (FURB)

<sup>4</sup> Doutor em Administração (EAESP/FGV)

motives, thus maximizing their innovative potential and driving organizational growth. Thus, the findings expand the discussion of innovation in a segment of the traditional industry.

**Key words:** Innovation; Textile companies; National Capital of Children's Fashion.

---

## 1 INTRODUÇÃO

O Brasil representa a maior cadeia têxtil completa do Ocidente (Associação Brasileira Da Indústria Têxtil E De Confecção [ABIT], 2023a) e, soma-se a essa realidade, a sua autossuficiência na produção de algodão (Cavalcanti; Santos, 2022), condição estrutural que pode favorecer a sua competitividade no mercado internacional (Silva *et al.*, 2021). No estado de Santa Catarina, localiza-se o segundo maior polo têxtil e de confecção do país (Federação Das Indústrias Do Estado De Santa Catarina [FIESC], 2022), e inserido nele, encontra-se o município de Gaspar, reconhecido oficialmente como Capital Nacional da Moda Infantil por meio da Lei 14.372 de 2022 (Brasil, 2022).

Para se manterem atuantes e competitivas, as organizações são constantemente desafiadas a se adaptarem e se ajustarem às demandas e expectativas em um ambiente de mercado caracterizado por rápidas mudanças econômicas e tecnológicas, o que torna a busca e o desenvolvimento de inovações uma necessidade imperativa (Borowski, 2021). Apesar disto, as empresas têxteis são indústrias tradicionais que não experimentam mudanças drásticas em seu modelo de inovação, seguem um modelo tradicional, baseado no aprender fazendo, nas relações com as empresas dentro de sua cadeia produtiva é afetado pelas características do contexto local (Iacobucci; Perugini, 2023).

Especialmente em pequenas e médias empresas (PMEs), caso do arranjo produtivo local (APL) têxtil de Gaspar, há uma carência de abordagens relacionadas à inovação pensadas para as suas características específicas (Apreda *et al.*, 2010). Nas pesquisas sobre inovação em PMEs, verifica-se que há maior rapidez na tomada de decisões, disposição para assumir riscos e flexibilidade para responder a novas oportunidades de mercado (Love; Roper, 2015). Em contrapartida, empresas de pequeno porte enfrentam a tensão constante de depender de parceiros externos para inovar em suas atividades e produtos (Radziwon; Bogers, 2019). A inovação, nesse contexto, depende mais do conhecimento externo obtido por meio de parcerias e fornecedores do que da pesquisa e desenvolvimento interno (P&D), em função dos recursos financeiros mais limitados (Love; Roper, 2015). A partir desse cenário que relaciona necessidade de inovação e empresas têxteis, este estudo tem como objetivo avaliar a influência das fontes, motivações e dificuldades no processo de inovação das empresas têxteis de Gaspar/SC, Capital Nacional da Moda Infantil.

Nessa perspectiva, o presente estudo direciona esforço para a compreensão teórica e empírica de que as fontes, motivações e dificuldades desempenham papéis cruciais no processo de inovação das organizações têxteis, uma vez que interferem nas tomadas de decisões e na implementação de soluções sustentáveis. Portanto, a abordagem que trata da identificação das fontes de inovação possibilita evidenciar as possíveis origens das ideias e atividades inovadoras,

tanto internas quanto externas às empresas (Rahmouni; Yildizoglu 2011; Carvache-Franco; Carvache-Franco; Carvache-Franco, 2022). Quanto ao desenvolvimento de uma compreensão a respeito das motivações que impulsionam a busca pela inovação, destaca-se a sua contribuição aos gestores na orientação dos esforços e definição das prioridades (Van Oorschot; Hofman; Halman, 2018; Zouiri; Bennani, 2018). Nesse mesmo sentido, conhecer e discutir os obstáculos inerentes ao processo de inovação, colabora para que gestores enfrentem desafios de maneira proativa e determinada (Lapoli *et al.*, 2019; Kapler, 2021; Carvache-Franco; Carvache-Franco; Carvache-Franco, 2022; Pilav-Velic, 2022), implicando, assim, em assumir riscos calculados, bem como na estruturação de uma cultura organizacional que valorize o aprendizado inovador contínuo.

Para atingir o objetivo proposto este artigo está organizado em sete seções, incluindo esta introdução e as considerações finais. Na segunda seção, o texto aborda a literatura relacionada à inovação e ao seu desenvolvimento em PMEs. Na terceira seção, apresenta-se uma abordagem sobre o contexto da inovação no setor têxtil, com destaque para o cenário brasileiro. Na quarta seção, apresenta-se o conceito de teoria institucional e a sua contribuição para compreender o desenvolvimento da inovação nas organizações. Na quinta seção, são descritos os procedimentos metodológicos adotados para realização do estudo. A sexta seção, evidencia os resultados estatísticos obtidos no estudo.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Inovação

Inovar pressupõe a implementação de novas ideias sobre produtos, sistemas, processos, programas ou serviços (Damanpour, 1991). Estratégias de inovação, por sua vez, exigem planos abrangentes que orientem as atividades e o desenvolvimento de uma empresa, com o objetivo de estimular, mobilizar, motivar e alcançar avanços tecnológicos ou de serviço. Esse plano prescinde de investimentos financeiros e em recursos humanos de modo a impulsionar atividades de P&D. Planejamentos com foco em inovação necessitam estabelecer metas de longo prazo, delineando as abordagens, formas e âmbito em que as inovações (sejam elas de produtos, processos ou organizacionais) serão utilizadas para construir uma vantagem competitiva (Borowski, 2021).

Nessa perspectiva, Zhou e Wu (2010) buscaram responder, com base em uma revisão da literatura, os motivos que levam a certas empresas terem maior propensão a inovar do que outras. Como resultado, verificaram que o processo de inovação implica que uma empresa busque, identifique e avalie informações de diferentes fontes.

Carmassi, Failli e Bernardini (2011) reforçam a importância das fontes de inovação e indicam uma abordagem colaborativa e participativa para o desenvolvimento de atividades inovativas na empresa. Envolver os operadores e funcionários da empresa, a fim de gerar ideias de melhoria, acaba por favorecer múltiplos pontos de vista no ambiente interno organizacional. A visão operacional é de fato muitas vezes um motor incessante de ideias de melhoria de desempenho.

Dentre as fontes de inovação, a OCDE (2018) indica os seguintes elementos: (i) recursos internos da empresa como os departamentos de marketing, produção, logística, design, P&D e as bases de dados dos funcionários; (ii) empresas não afiliadas como os fornecedores, os institutos de investigação e provedores de conhecimento, os clientes e os concorrentes; (iii) o governo com seus institutos, normas e regulamentos e bases de dados governamentais, (iv) as instituições de ensino superior e outras fontes como publicações científicas e comerciais, conferências, feiras e exposições, websites comerciais, repositórios de pesquisa e normalização comercial.

Lapoli *et al.* (2019) citam o fator rede de colaboração em que as universidades, centros de pesquisas, governos, fornecedores, clientes e até mesmo concorrentes podem fornecer conhecimentos imprescindíveis para alavancar a inovação nas organizações. Empresas inovadoras encontram motivação no conhecimento que possuem de seus clientes e na colaboração com as áreas de produção, P&D, vendas, marketing e recursos humanos da organização (Coutinho; Hannes, 2015).

Fatores motivadores se referem às capacidades das empresas. Bes e Kotler (2011) indicam como principais motivadores da inovação o envolvimento da alta administração no ativamento do processo de inovação; o estímulo à participação de sugestões dos colaboradores; o envolvimento de stakeholders; e a inclusão da comunidade científica e dos pesquisadores.

Van Oorschot, Hofman e Halman (2018) a partir de pesquisa bibliométrica, identificaram diversos fatores motivacionais para o desempenho em inovação nas organizações. Dentre eles, a colaboração entre fornecedores e clientes; treinamento relacionado à inovação; colaboração entre departamentos e outros colegas que possam contribuir para projetos de inovação, compartilhando competências e contribuindo na redução de gargalos; e cultura organizacional que favoreça a autoconfiança, o desejo de desenvolver a empresa e o viés pró-inovação.

São diversos os obstáculos citados na literatura que interferem na capacidade de inovação das organizações. Bes e Kotler (2011) listam como principais barreiras à inovação a falta de conhecimento sobre o real significado da inovação; a confusão entre inovação e criatividade; ausência de ferramentas de mensuração do desempenho dos projetos de inovação; falta de controle dos processos de inovação; a falta de coordenação entre os departamentos e a alta administração; e a carência de foco no cliente.

As PMEs são consideradas elementos primordiais do desenvolvimento econômico em qualquer país, e seu comportamento inovador é fator determinante na competitividade e desempenho empresarial (Krndzija; Pilav-Velic, 2022). Todavia, existe um conjunto de barreiras que é particularmente notório à difusão da inovação nessas tipologias de organizações (Kapler, 2021).

Quando se trata de PMEs, estudos indicam que os principais obstáculos à inovação se referem à falta de conhecimento e habilidades inadequadas dos funcionários, ausência de treinamento e aporte financeiro, altos custos aliados aos riscos econômicos, além da dependência do consumidor (Zouiri; Bennani, 2018; Kapler, 2021; Carvache-Franco; Carvache-Franco; Carvache-Franco, 2022; Krndzija; Pilav-Velic, 2022). Dentre os muitos desafios e barreiras internas capazes de impedir a inovação, os fatores culturais, tecnológicos, estruturais e organizacionais se tornam os principais causadores de impedimentos a iniciativas inovadoras (Lapoli *et al.*, 2019; Kapler, 2021), a exemplo do baixo nível de confiança mútua entre os

indivíduos e funcionamento das atividades organizacionais “sob pressão” (Kapler, 2021). Quando se trata especialmente de empresas novas, adentrar em mercado monopolizado por organizações já estabelecidas, a incerteza na demanda por produtos ou serviços inovadores, bem como a falta de recursos e a inexistência de uma adequada estrutura do mercado são as principais barreiras, pois restringem o acesso a condições de apropriabilidade das inovações (Carvache-Franco; Carvache-Franco; Carvache-Franco, 2022).

Economias em desenvolvimento, como no caso do Brasil, também aumentam as dificuldades na implementação da inovação (Carvache-Franco; Carvache-Franco; Carvache-Franco, 2022). As barreiras, neste caso, incluem a escassez de mão de obra qualificada, ausência de tecnologia de ponta, barreiras financeiras e infraestrutura. A atuação do governo é fundamental para dirimir essas barreiras à inovação (Sharma, 2019). Há a necessidade da atuação governamental, a partir de políticas públicas que promovam inovação, permitindo que as empresas permaneçam competitivas e colaborem com o crescimento econômico de um país (Benavides Pupiales; Bolaños Delgado, 2020). Segundo os autores, as barreiras mais importantes às inovações estão relacionadas aos altos custos das inovações e a dificuldade de acesso a recursos financeiros externos.

## 2.2 Inovação no setor têxtil

Discussões sobre estratégias de inovação tendem a se concentrar nas indústrias de alta tecnologia, deixando negligenciadas algumas indústrias tradicionais com baixa e média tecnologia, como a indústria têxtil (Zhang; Cheng; Yu, 2020). Embora a inovação nessas indústrias possa não ser tão visível quanto nas indústrias de alta tecnologia, ela desempenha um papel crucial no aprimoramento de processos, no desenvolvimento de novos materiais, na melhoria da eficiência energética, na sustentabilidade e na criação de novos designs e estilos. A inovação na indústria têxtil, por exemplo, pode envolver a adoção de novas técnicas de produção, o uso de materiais mais sustentáveis e a integração de tecnologias inteligentes nos produtos.

A capacidade das empresas têxteis de implementar inovações é que dita o seu nível de competitividade na indústria (Rădulescu, 2018). Isso implica em adaptar-se ao padrão de design global, desenvolver coleções inovadoras e investimentos generalizados de know-how e design por parte das empresas. Tais competências estão fortemente ligadas a um sistema educacional que favoreça a interação entre ensino técnico e superior e empresas, de modo a garantir mão de obra especializada para o setor (Djasurovna; Ahmadovich; Nishonovich, 2020). No entanto, na indústria têxtil, o modelo de inovação é caracterizado por baixo investimento em P&D (Iacobucci; Perugini, 2023), pouca capacidade de inovação autônoma e dependência dos conhecimentos de fornecedores pertencentes a diferentes setores (Giannini; Iacobucci; Perugini, 2019). As empresas têxteis são indústrias tradicionais que não experimentam mudanças drásticas em seu modelo de inovação, seguem um modelo tradicional, baseado no aprender fazendo, nas relações com as empresas dentro de sua cadeia produtiva é afetado pelas características do contexto local (Iacobucci; Perugini, 2023).

No entanto, PMEs superam as grandes empresas em termos de inovação de produtos, por sua capacidade de modificar simultaneamente seu processo de fabricação e/ou distribuição para garantir um lançamento mais bem-sucedido (Puertas Medina; Martí Selva; Calafat Marzal, 2020). Isto é, enquanto as empresas de grande porte frequentemente enfrentam estruturas organizacionais mais complexas e processos estabelecidos para longo prazo, as PMEs valem-se da vantagem de adaptar em curto tempo tanto os produtos quanto os processos para atender às demandas do mercado e às mudanças tecnológicas.

A indústria têxtil é altamente competitiva e dinâmica, sendo impulsionada por mudanças nas preferências dos consumidores, avanços tecnológicos e preocupações crescentes com a sustentabilidade. Consequentemente, o baixo e médio desenvolvimento de inovações tecnológicas (Zhang; Cheng; Yu, 2020) incidem na produtividade e desempenho mercadológico das empresas do referido setor.

Os segmentos têxteis e vestuário representam 5% do comércio mundial e 6,4% das exportações industriais (Djasurovna; Ahmadovich; Nishonovich, 2020). O Brasil, nesse cenário, é a maior cadeia têxtil completa do Ocidente, envolvendo a plantação de algodão, a produção das fibras, fiação, tecelagens, beneficiadoras, confecções e forte varejo. Além disso, figura entre os dez maiores mercados da indústria têxtil, posicionando-se como o segundo maior fornecedor de índigo e o terceiro produtor de tecidos (ABIT, 2023). O cenário atual da inovação no setor têxtil brasileiro é marcado por uma série de desafios e oportunidades, condição que torna o foco na inovação um fator chave para o aumento da competitividade brasileira diante de grandes líderes têxteis como a China e a Índia (ABIT, 2023b).

Ademais, abertura comercial e os efeitos da globalização tiveram um impacto significativo na indústria têxtil do Brasil, levando a mudanças radicais no processo produtivo e impulsionando a busca por inovação tecnológica tanto em termos de produtos quanto de processos (Kon; Coan, 2005; Silva *et al.*, 2021). Como efeito, Kon e Coan (2005) relatam que a inovação do processo produtivo foi particularmente pronunciada, exigindo uma modernização do parque industrial com a implementação de sistemas informatizados de produção.

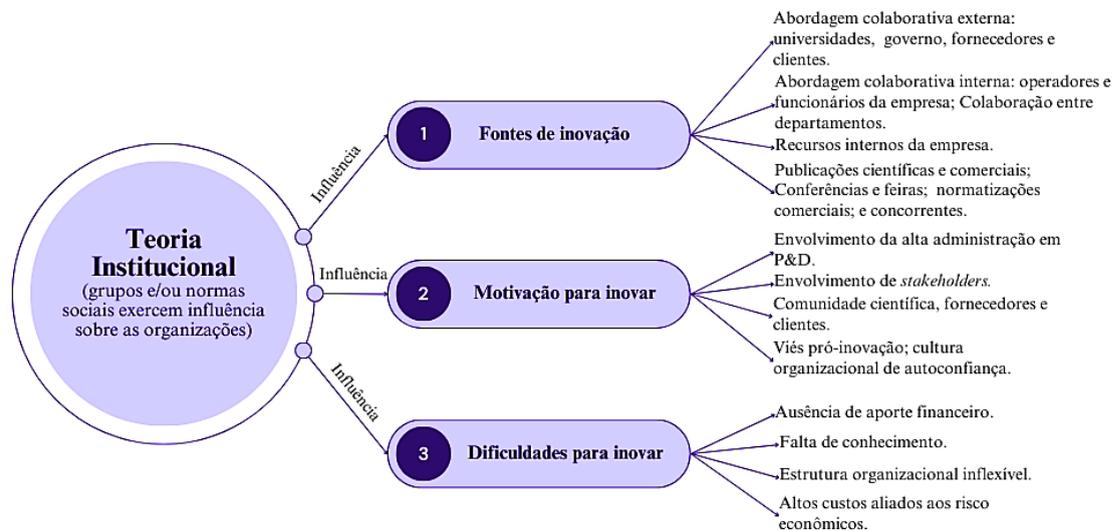
### 2.3 Inovação institucional

A teoria institucional infere que as organizações são influenciadas por grupos e/ou normas sociais (Zucker, 1987). Desse modo, estratégias adotadas por empresas podem ser compreendidas como consequências de padrões institucionalizados que são influenciados por mecanismos coercitivos, normativos ou miméticos (Dimaggio; Powell, 1983).

As organizações incorporaram práticas e procedimentos reconhecidos pela sociedade como racionais para aumentar sua legitimidade e suas perspectivas de sobrevivência (Meyer; Rowan, 1977). Nesse processo, o comportamento dos atores, tanto individuais quanto coletivos, resulta da influência de instituições, como regras sociais, que acabam formando as teorias culturais, as ideologias dominantes e as pressões sociais (Ogawa, 1994). Nesse sentido, a teoria institucional destaca que a inovação é influenciada por fatores ambientais externos e metas e capacidades organizacionais (Oliver, 1997). A Figura 1 apresenta a influência das instituições no desenvolvimento de atividades inovativas, isto é, os fatores que determinam a dinâmica do

processo de inovação como resultados dos padrões forjados pelos mecanismos normativos (Dimaggio; Powell, 1983) de comportamento habitual que orientam as organizações.

Figura 1 – Influência da Teoria Institucional no processo de inovação.



Fonte: Elaborado pelos autores a partir de Dimaggio; Powell, (1983); Zucker (1987); Bes e Kotler (2011); Carmassi, Failli e Bernardini (2011); OECD (2018); Van Oorschot, Hofman e halman (2018).

A preocupação em se conformar às regras e normas ditadas pelo ambiente, tornam as empresas isomórficas (Zucker, 1987), levando-as a uma homogeneidade estratégica que pode ocorrer por três maneiras: (i) forças coercitivas do ambiente, como a influência política, as regulações governamentais; (ii) forças culturais que acabam impondo às organizações uma certa uniformidade e; (iii) pressões normativas que se originam da profissionalização da força de trabalho, especialmente da gerência (Dimaggio; Powell, 1983). A aceitação de qualquer inovação, ou qualquer outra forma que desafie a instituição a promover mudanças depende, em grande parte, de sua legitimidade (reguladora, cultural e normativa) (Van Oorschot; Hofman; Halman, 2018).

Com base na literatura abordada, construiu-se as seguintes hipóteses (H):

H<sub>1</sub>: As fontes de inovação (FINOV) têm um efeito positivo nos resultados do processo de inovação (RPI);

H<sub>2</sub>: A motivação para inovação (MINOV) tem um efeito positivo nos resultados do processo de inovação;

H<sub>3</sub>: As dificuldades para inovação (DINOV) têm um efeito negativo nos resultados do processo de inovação.

No esforço de confirmar essas correlações propostas pelas hipóteses de pesquisa, utilizou-se um processo metodológico de tratamento estatístico, conforme descrito na seção seguinte deste artigo.

### 3 METODOLOGIA

No estado de Santa Catarina, localiza-se o segundo maior polo têxtil e de confecção do país (FIESC/SECINT, 2022), representando 18,8% dos empreendimentos industriais e 21,8% dos empregos na indústria (SEBRAE, 2019). Nesse contexto, a cidade de Gaspar, objeto de estudo deste artigo, abriga aproximadamente 1.400 empresas do ramo têxtil, com ênfase nas indústrias de confecções e vestuário. Com o reconhecimento oficial como “Capital Nacional da Moda Infantil” por meio da Lei 14.372 de 2022 (Brasil, 2022), a indústria têxtil de Gaspar desempenhou um papel notável, contribuindo com 40% do produto interno bruto (PIB) municipal no mesmo ano. Cerca de 60% das empresas envolvidas em confecções, facções, tinturarias, fiação, tecelagem e outras atividades no município são especializadas no segmento infantil e de bebês. Além disso, é importante ressaltar que metade da produção de moda infantil comercializada no Brasil tem origem em Gaspar (Prefeitura De Gaspar, 2022).

Diante desse cenário, foi realizada uma pesquisa de campo descritiva, de caráter quantitativo que avaliou a influência das fontes, motivações e dificuldades de inovação nos resultados do processo de inovação das empresas do APL têxtil, localizado no município Gaspar/SC.

Conforme dados da Prefeitura Municipal de Gaspar, o APL em questão é constituído por 870 empresas de confecção, 480 facções e 85 tinturarias, fiação, tecelagem e outros (Gaspar, 2022). Diante da diversificação de empresas inseridas no setor, foi adotada a técnica de amostragem por conveniência não probabilística, resultando na aplicação de um questionário aos gestores de 35 empresas do segmento de confecção do vestuário infantil, definido neste estudo como grupo de interesse pelo fato de ser o elo de maior representatividade da cadeia têxtil gasparense. Todos os respondentes assinalaram “Aceito participar desta pesquisa”, no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) anexado ao questionário.

O instrumento de coleta de dados foi elaborado com base na literatura consultada e na Pesquisa de Inovação (PINTEC), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2020). Para qualificar e validar o instrumento de coleta dos dados, aplicou-se um pré-teste com gestores de duas empresas que apontaram suas dificuldades no preenchimento do questionário e, a partir disso, foi possível fazer ajustes antes da sua aplicação final. O processo operacional da coleta ocorreu via utilização da ferramenta computacional *Google Forms*.

A etapa quantitativa de análise dos dados fornecidos pelos respondentes foi executada com auxílio do *software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)* versão 23.0®. Utilizou-se o teste paramétrico *Analysis of variance* (ANOVA) para testar o efeito do conjunto de variáveis independentes sobre a variável dependente, ou seja, verificar se a variação explicada (variação na variável dependente explicada pela variável independente) é suficientemente forte para provocar uma regressão. Para indicar a existência de uma relação estatística significativa, os parâmetros da regressão em conjunto devem ser iguais a zero (Hair Jr *et al.*, 2009). Em seguida, foi desenvolvida uma regressão. Além disso, a discussão dos resultados foi interpretada à luz do referencial teórico utilizado como suporte para a investigação.

#### 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nesta seção são apresentados os resultados e a discussão do estudo. A primeira parte descreve o perfil dos gestores participantes da pesquisa, com as frequências absolutas e relativas dos dados (Tabela 1). Na identificação dos respondentes, constatou-se que 69% deles são do sexo masculino e 31% do sexo feminino. Em relação à faixa etária, nota-se uma prevalência de gestores jovens, com idades compreendidas entre 18 e 39 anos (68,6%), enquanto que o percentual correspondente às idades mais avançadas, somadas, correspondem somente a 31,4 % (de 40 a mais de 60 anos).

Quanto ao grau de escolaridade, o ensino médio completo é a formação predominante entre os respondentes (37%), seguida do ensino superior (31%). Já o percentual de pós-graduados é extremamente baixo, registrado por somente 9% dos gestores. Em relação à experiência gerencial dos respondentes, a maioria dos gestores (34%) afirmou ter entre 1 e 5 anos de atuação em cargo de gestão, realidade que pode estar relacionada com a faixa etária dos respectivos respondentes.

**Tabela 1 – Caracterização dos participantes**

Item	Frequência		
	Absoluta	Relativa	
<b>Faixa Etária</b>	18 a 29 anos	12	34,3%
	30 a 39 anos	12	34,3%
	40 a 49 anos	5	14,3%
	50 a 59 anos	4	11,4%
	mais de 60 anos	2	5,7%
<b>Escolaridade</b>	Ensino médio completo	13	37,1%
	Ensino superior completo	11	31,4%
	Ensino superior incompleto	8	22,9%
	Pós-graduação completa	3	8,6%
<b>Experiência gerencial</b>	1 a 5 anos	12	34,3%
	6 a 10 anos	9	25,7%

11 a 15 anos	2	5,7%
16 a 20 anos	3	8,6%
mais de 20 anos	9	25,7%

Fonte: Dados da pesquisa.

Para a caracterização das empresas deste estudo, também calculou-se as frequências absolutas e relativas dos dados de porte e atuação geográfica (Tabela 2). As pequenas e médias empresas predominam no cenário analisado, totalizando 94% da amostra. No que diz respeito à abrangência de atuação, verificou-se o mercado nacional como a principal dimensão definida pelas empresas (86%) para a oferta das suas produções.

**Tabela 2 – Caracterização das empresas da amostra**

Item		Frequência	
		Absoluta	Relativa
<b>Porte</b>	Pequeno	18	51%
	Médio	15	43%
	Grande	2	6%
<b>Atuação geográfica</b>	Municipal	1	3%
	Regional	2	6%
	Nacional	30	86%
	Internacional	2	6%

Fonte: Dados da pesquisa.

Para este estudo, foi aplicada uma regressão múltipla com três variáveis independentes e todas elas foram consideradas no modelo, sendo elas: fontes de inovação (FINOV), motivos para inovar (MINOV) e dificuldades para inovar (DINOV).

O modelo apresenta três variáveis independentes, por isso, foi importante testar a existência de multicolinearidade entre as variáveis, isso quer dizer, testar se existe alta correlação entre as variáveis independentes. Os resultados mostram que não foi percebido multicolinearidade, pois todas as variáveis apresentaram valores maiores que 0,1 (Hair Jr *et al.*, 2009). Outro teste que corroborou para essa análise, foi o resultado do teste de VIF, onde todas as variáveis ficaram com valores abaixo de 10 (Hair Jr *et al.*, 2009). Assim, o requisito de não haver multicolinearidade foi atendido pelo modelo.

O coeficiente de correlação (R), que mostra a relação entre a variável dependente e a variável independente (Hair Jr *et al.*, 2009), foi de 0,760. Já o coeficiente de determinação (R<sup>2</sup>), que aponta quanto a variável dependente é explicada pelo modelo de regressão, foi de 57,7%. O R<sup>2</sup> ajustado faz o ajuste pela inclusão de variáveis independentes (Hair Jr *et al.*, 2009) e teve o valor encontrado de 0,536, bem próximo ao valor de R<sup>2</sup>, o que demonstra que as variáveis independentes exercem influência forte no estudo (Tabela 3).

Tabela 3 – Coeficientes de determinação

Modelo	R	R <sup>2</sup>	Adjusted R <sup>2</sup>	Std. Error of the Estimate
1	0,760 <sup>a</sup>	0,577	0,536	13,8793

a. Predictors: (Constant), Fontes, Dificuldades, Motivos

Fonte: Dados da pesquisa.

Os coeficientes demonstram o peso de cada variável independente no modelo e também permitem interpretar se são, de fato, importantes para o modelo (Hair Jr *et al.*, 2009). O  $\beta$  padronizado (Standardized Coefficients) deixa os coeficientes numa padronização única, dessa maneira, indica melhor a comparação entre os coeficientes (Hair Jr *et al.*, 2009).

Ao investigar a importância das variáveis fontes de inovação (FINOV) e motivos para inovar (MINOV) no contexto das indústrias investigadas, os resultados obtidos demonstraram que ambas as variáveis são estatisticamente relevantes para o modelo proposto, apresentando um valor de  $p < 0,005$ . A análise dos coeficientes beta padronizados ( $\beta$  padronizado), conforme proposto por Hair Jr. *et al.* (2009), revelou que tanto FINOV quanto MINOV possuem um impacto significativo nos resultados de inovação. Com valores de  $\beta$  padronizado de 0,431 e 0,428, respectivamente, essas variáveis se mostraram fortes preditores, contribuindo com mais de 85% para os resultados de inovação das indústrias investigadas (Tabela 4).

Tabela 4 – Resultados da análise

Modelo	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity statistics	
	B	Std. Error	$\beta$			Toleranc e	VIF
(Constante)	-0,738	6,545		-0,113	0,911		
1 FINOV	0,579	0,182	0,431	3,176	0,003	0,739	1,353
MINOV	0,438	0,135	0,428	3,239	0,003	0,783	1,278
DINOV	0,102	0,179	0,071	0,571	0,572	0,881	1,136

a. Dependent Variable: Resultados

Fonte: Dados da pesquisa.

Como análise adicional, aplicou-se o método *stepwise*, que identificou as variáveis mais relevantes do conjunto de observações pela redução do número de variáveis de entrada perder a qualidade significativa na previsão. Assim, constatou-se que a variável FINOV explica mais de 42% e ao acrescentar a variável MINOV, passam a explicar mais de 57% do modelo para a amostra em análise (Tabela 5). Esses resultados convergem com o estudo de Lapolli *et al.* (2019), ao considerar que as fontes de inovação podem fornecer conhecimentos impulsionadores para o processo de inovação nas organizações.

**Tabela 5 – Resultados do método *stepwise***

Model	R	R <sup>2</sup>	Adjusted R <sup>2</sup>	Std. Error of the Estimate
1	0,650 <sup>a</sup>	0,423	0,405	15,7196
2	0,757 <sup>b</sup>	0,573	0,546	13,7325

a. Predictors: (Constant), FINOV

b. Predictors: (Constant), FINOV, MINOV

Fonte: Dados da pesquisa.

Em resumo, pela aplicação da técnica estatística de regressão múltipla, buscou-se verificar se as fontes, os motivos e as dificuldades para inovar interferem nos resultados de inovação das empresas envolvidas nessa pesquisa. A análise resultou que, para a amostra observada, o modelo é significativamente estatístico, com valor de  $F(3, 31)=14,117$ ,  $p<0,001$  e  $R^2=0,577$ . Pelo modelo proposto, as fontes para inovar ( $B=0,431$ ;  $t=3,176$  e  $p<0,005$ ) e os motivos para inovar ( $B=0,428$ ;  $t=3,239$  e  $p<0,005$ ) são previsores dos resultados de inovação.

A partir dos resultados obtidos pela análise estatística, confirmam-se as hipóteses 1 e 2 do modelo, em que essas duas variáveis têm efeito positivo nos resultados do processo de inovação para a amostra estudada. Já a hipótese 3 não pode ser confirmada, pois não apresentou significância (0,102). No entanto, pela característica do maior grupo de empresas observadas neste estudo (pequenas e médias empresas), dificuldades de acesso a financiamento, incapacidade de aproveitar economias de escala ou pela falta de recursos para dedicar a pesquisa e desenvolvimento podem comprometer o processo de inovação (Puertas Medina; Martí Selva; Calafat Marzal, 2020), bem como a eficiência dos seus resultados.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo avaliar a influência das fontes, motivações e dificuldades no processo de inovação das empresas têxteis de Gaspar/SC, Capital Nacional da Moda Infantil, sob a ótica das Teorias da Inovação e Institucional. Para tanto, foi realizada uma pesquisa utilizando técnicas de análise estatística para uma amostra a qual 94% das empresas são caracterizadas como pequenas e médias. Diante disso, infere-se que esse perfil pode ser uma barreira para o desenvolvimento de inovação de grande impacto para essas respectivas empresas, embora a literatura evidencie que são mais propensas a responder a novas oportunidades de mercado (Love; Roper, 2015). No entanto, para empresas desse porte, os investimentos em inovação podem se concentrar mais na aquisição de licenças, atualização de processos, modificação de produtos ou desenvolvimento de suas próprias tecnologias, provocando, assim, um aumento na produtividade (Kato-Vidal, 2019). Ao observar as empresas da amostra, que se constituem em indústrias tradicionais, as mudanças não são drásticas em seu modelo de inovação (Iacobucci; Perugini, 2023).

Pela abrangência de atuação das empresas analisadas, a atuação está disseminada no mercado nacional para a oferta das suas produções. Por outro lado, a expansão do setor têxtil brasileiro para um contexto internacional encontra diversas barreiras de competitividade, derivadas da ausência de adequadas políticas de fomento à tecnologia e inovação, além das

elevadas taxas tributárias e altos custos da mão de obra (Cavalcanti; Santos, 2022). Assim, o fortalecimento da internacionalização da produção têxtil e de confecção do município de Gaspar se apresenta como um grande desafio e, ao mesmo tempo, uma oportunidade para novas pesquisas.

Os achados deste estudo destacam a importância das fontes de inovação (FINOV) como impulsionadoras do processo de inovação das empresas investigadas. As fontes de inovação representam as diversas fontes de conhecimento, recursos e tecnologias que uma organização pode acessar para promover a inovação em seus produtos, processos ou modelos de negócios. Ao considerar as fontes de inovação de modo estratégico, as empresas podem identificar oportunidades valiosas e criar um ambiente propício à geração de novas ideias e soluções. Nesse sentido, a institucionalidade da inovação é influenciada por fatores ambientais externos e metas e capacidades organizacionais (Oliver, 1997).

Da mesma forma, os motivos para inovar (MINOV) desempenham um papel fundamental na orientação das atividades de inovação. Ao compreender os motivos subjacentes à busca da inovação, as empresas do APL têxtil de Gaspar podem alinhar seus esforços e recursos para atender a metas específicas, como ganhos de eficiência, diferenciação no mercado ou vantagens competitivas.

Em conjunto, os resultados obtidos neste estudo reforçam a importância das variáveis FINOV e MINOV como impulsionadores da inovação nas indústrias investigadas. Ao considerar essas variáveis como partes integrantes do processo de inovação, as empresas podem direcionar seus esforços para fontes estratégicas de conhecimento e motivos relevantes, maximizando assim seu potencial inovador e impulsionando o crescimento organizacional.

A pesquisa se concentrou em um pequeno tamanho de amostra, sem representar todos os principais grupos de partes interessadas, o que limita a capacidade de generalizar as descobertas. Os resultados obtidos trazem informações relevantes aos gestores das empresas analisadas, bem como para a formulação de políticas orientadas para a inovação e promoção das PMEs de confecção. No entanto, como um estudo exploratório, os resultados fornecem insights que podem ser testados em outros contextos.

## REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA TÊXTIL E DE CONFECÇÃO [ABIT]. **Perfil do setor**. 2023a. Disponível em: <https://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor>. Acesso em: 24 maio 2023.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA TÊXTIL E DE CONFECÇÃO [ABIT]. **Comércio Exterior: Dados de Janeiro a Junho de 2023**. 2023b. Disponível em: <https://www.abit.org.br/cont/dados-comercio-exterior-login>. Acesso em: 18 ago 2023.

APREDA, Riccardo *et al.* InnovationWay®: a novel methodology for radical innovation. In: *IIE Annual Conference. Proceedings*. Institute of Industrial and Systems Engineers (IISE), 2010, p. 1.

MONDINI, V. E. D.; HORA, G. B.; TENFEN, G. M.; CARVALHO, L. C.

BES, F.T.D.; KOTLER, P. **A bíblia da inovação**. São Paulo: Leya, 2011.

BOROWSKI, Piotr F. Innovation strategy on the example of companies using bamboo. **Journal of Innovation and Entrepreneurship**, v. 10, n. 1, p. 1-17, 2021. Disponível em: <https://innovation-entrepreneurship.springeropen.com/articles/10.1186/s13731-020-00144-2>.

Acesso em: 19 jun. 2023.

BRASIL. Lei nº 14.372, de 15 de junho de 2022. Confere ao município de Gaspar, no Estado de Santa Catarina, o título de Capital Nacional da Moda Infantil". Brasília, 2022. **Diário Oficial da União**, Brasília, 15 jun. 2022. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2019-2022/2022/Lei/L14372.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2022/Lei/L14372.htm) Acesso em: 24 maio 2023.

CARMASSI M., FAILLI F., BERNARDINI, M. **Experiencing the implementation of the Innovation Way®**. methodology in Small and Medium Enterprises, 2011.

CARVACHE-FRANCO, Orly; CARVACHE-FRANCO, Mauricio; CARVACHE-FRANCO, Wilmer. Barriers to innovations and innovative performance of companies: a study from Ecuador. **Social Sciences**, v. 11, n. 2, p. 63, 2022. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2076-0760/11/2/63>. Acesso em: 10 ago. 2023.

CAVALCANTI, André Marques; DOS SANTOS, Gilson Ferreira. A indústria têxtil no Brasil: uma análise da importância da competitividade frente ao contexto mundial. **Exacta**, v. 20, n. 3, p. 706-726, 2022. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/exacta/article/view/17784>. Acesso em: 15 jun. 2023.

COUTINHO, Maria Lucia Granja; HANNES, Egon Martins. Barreiras e facilitadores à inovação: caso Ipen/Brasil. **SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE GESTÃO DE PROJETOS, INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE**, v. 4, p. 1-16, 2015. Disponível em: <https://singep.org.br/4singep/resultado/713.pdf>. Acesso em: 19 jun. 2023.

DAMANPOUR, Fariborz. Organizational innovation: a meta-analysis of effects of determinants and moderators. **Acad. Manag. J.**, 34 (3) (1991), pp. 555-590). Disponível em: [https://www.researchgate.net/profile/Felix-Orishede/publication/364303016\\_ORGANIZATIONALINNOVATION-AMETA-ANALYSISOFEFFECTSOFDETERMINANTSANDMODERATORS/links/63444b259cb4fe44f319a119/ORGANIZATIONALINNOVATION-AMETA-ANALYSISOFEFFECTSOFDETERMINANTSANDMODERATORS.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Felix-Orishede/publication/364303016_ORGANIZATIONALINNOVATION-AMETA-ANALYSISOFEFFECTSOFDETERMINANTSANDMODERATORS/links/63444b259cb4fe44f319a119/ORGANIZATIONALINNOVATION-AMETA-ANALYSISOFEFFECTSOFDETERMINANTSANDMODERATORS.pdf). Acesso em: 24 maio 2023.

DJASUROVNA, Ergashkhodjaeva Shakhnoza; AHMADOVICH, Hakimov Ziyodullo; NISHONOVICH, Samadov Askarjon. The ways of improving competitiveness of textile industry enterprises based on marketing strategies. **European Journal of Molecular & Clinical Medicine**, v. 7, n. 07, p. 2020, 2020. Disponível em: <https://www.ejmcm.com/issue-content/the-ways-of-improving-competitiveness-of-textile-industry-enterprises-based-on-marketing-strategies-10392>. Acesso em: 31 jul. 2023.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SANTA CATARINA [FIESC]. **Têxtil, Confecção, Couro e Calçados**. {2022}. Disponível em: [https://observatorio.fiesc.com.br/sc-competitiva/setores/textil-e-confeccao?check\\_logged\\_in=1](https://observatorio.fiesc.com.br/sc-competitiva/setores/textil-e-confeccao?check_logged_in=1). Acesso em: 24 maio 2023.

GIANNINI, Valentina; IACOBUCCI, Donato; PERUGINI, Francesco. Local variety and innovation performance in the EU textile and clothing industry. **Economics of Innovation and New Technology**, v. 28, n. 8, p. 841-857, 2019. Disponível em: [https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/10438599.2019.1571668?casa\\_token=lxKnPLR-7hsAAAAA:x2zLrDwU016XDHFC2E0jhzJiasczMq7T9HMWQKHGwownpH-KYCawKxgafxT9RcLqlCU4tUpSD-iMUC8](https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/10438599.2019.1571668?casa_token=lxKnPLR-7hsAAAAA:x2zLrDwU016XDHFC2E0jhzJiasczMq7T9HMWQKHGwownpH-KYCawKxgafxT9RcLqlCU4tUpSD-iMUC8). Acesso em: 25 abr. 2023.

HAIR JR, Joseph F. et al. Análise multivariada de dados.6. Porto Alegre: Bookman, 2009. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788577805341>. Acesso em: 26 jan. 2023.

IACOBUCCI, Donato; PERUGINI, Francesco. Innovation performance in traditional industries: Does proximity to universities matter. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 189, p. 122340, 2023. Disponível em: [https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0040162523000252?casa\\_token=Rp8VnFqrb8IAAAAA:iPBiSk2RcNbBoUHclKoCuF9REMHqvCunn4p6tH2cRUJxeStRSURyYC5yJD3hAqIAdlvvi\\_\\_vM2la](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0040162523000252?casa_token=Rp8VnFqrb8IAAAAA:iPBiSk2RcNbBoUHclKoCuF9REMHqvCunn4p6tH2cRUJxeStRSURyYC5yJD3hAqIAdlvvi__vM2la). Acesso em: 5 ago. 2023.

KAPLER, Monika. Barriers to the implementation of innovations in information systems in SMEs. **Production Engineering Archives**, [S.L.], v. 27, n. 2, p. 156-162, 1 jun. 2021. Stowarzyszenie Menedzerow **ações da indústria têxtil brasileira: a transição para a modernização. Revista de economia Mackenzie**, v. 3, n. 3, 2005. Disponível em: <http://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/rem/article/view/774>. Acesso em: 5 ago. 2023.

KRNDZIJA, L.; PILAV-VELIC, A. Innovative behavior of Small and Medium Enterprises: A comprehensive bibliometric analysis. **International Journal of Industrial Engineering and Management**, v. 13, n. 3, p. 158-171, 2022. Disponível em: [http://www.ijiemjournal.uns.ac.rs/images/journal/volume13/IJIEEM\\_309.pdf](http://www.ijiemjournal.uns.ac.rs/images/journal/volume13/IJIEEM_309.pdf). Acesso em: 2 ago. 2023.

LAPOLLI, Paulo et al. Facilitadores e barreiras à inovação aberta: uma revisão integrativa da literatura. **Altec**, v.3, n.1, 2019. Disponível em: <https://repositorio.altecasociacion.org/handle/20.500.13048/1693>. Acesso em: 5 ago. 2023.

LOVE, James Hamilton; ROPER, Stephen (2015). SME innovation, exporting and growth: a review of existing evidence. **International Small Business Journal**, 33, pp. 28–48. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0266242614550190>. Acesso em: 3 jul. 2023.

MONDINI, V. E. D.; HORA, G. B.; TENFEN, G. M.; CARVALHO, L. C.

OCDE, Eurostat. Manual de Oslo 2018: Diretrizes para coletar, relatar e usar dados sobre inovação, medição de atividades científicas, tecnológicas e de inovação. Manual de Indicadores e Medição de Inovação, 2018.

OLIVER, Christine. Sustainable competitive advantage: combining institutional and resource-based views. **Strategic management journal**, v. 18, n. 9, p. 697-713, 1997. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/toc/10970266/1997/18/9>. Acesso em: 2 ago. 2023.

PREFEITURA Municipal de. **Gaspar é a Capital Nacional da Moda Infantil**. Gaspar, 2022. Disponível em: <https://www.gaspar.sc.gov.br/gaspar-e-a-capital-nacional-da-moda-infantil-2/>. Acesso em: 24 maio 2023.

PUERTAS MEDINA, Rosa; MARTÍ SELVA, M. Luisa; CALAFAT MARZAL, Consuelo. An analysis of innovation in textile companies: An efficiency approach. **Bulletin of Economic Research**, v. 72, n. 1, p. 63-76, 2020. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/toc/14678586/2020/72/1>. Acesso em: 19 jun. 2023.

BENAVIDES PUPIALES, Luis Eduardo; BOLAÑOS DELGADO, Sandra Lucía. BARREIRAS DE INOVAÇÃO NAS PME: UMA APROXIMAÇÃO ATRAVÉS DE UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA. **Tendências**, v. 21, n. 1, p. 221-237, 2020. Disponível em: <http://www.scielo.org.co/pdf/tend/v21n1/2539-0554-tend-21-01-221.pdf>. Acesso em: 5 ago. 2023.

RĂDULESCU, Ion Răzvan et al. Benchmarking Evaluation of Innovation in Textile Enterprises. **eLearning & Software for Education**, v. 3, p. 194-199, 2018. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/368793264\\_BENCHMARKING\\_EVALUATION\\_OF\\_INNOVATION\\_IN\\_TEXTILE\\_ENTERPRISES](https://www.researchgate.net/publication/368793264_BENCHMARKING_EVALUATION_OF_INNOVATION_IN_TEXTILE_ENTERPRISES). Acesso em: 5 ago. 2023.

RADZIWON, Agnieszka; BOGERS, Marcel. Open innovation in SMEs: Exploring inter-organizational relationships in an ecosystem. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 146, p. 573-587, 2019). Disponível em: [https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0040162518306255?casa\\_token=1XJ9zkywRvEAAAAA:-YFP0VWxndWSYG6-8c7d1r0bTqLlAxH7CFkwRM-BeuAcIXvWrL51OKsnfe1sb0L7dWahSDKVpoKb](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0040162518306255?casa_token=1XJ9zkywRvEAAAAA:-YFP0VWxndWSYG6-8c7d1r0bTqLlAxH7CFkwRM-BeuAcIXvWrL51OKsnfe1sb0L7dWahSDKVpoKb). Acesso em: 12 abr. 2023.

RAHMOUNI, Mohieddine; YILDIZOGLU, Murat. **Motivations et déterminants de l'innovation technologique**: Un survol des théories modernes. 2011. Disponível em: [https://shs.hal.science/file/index/docid/573686/filename/DTGREQAM2011\\_09.pdf](https://shs.hal.science/file/index/docid/573686/filename/DTGREQAM2011_09.pdf). Acesso em: 15 ago. 2023.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Estudo inédito analisa o setor de moda em Santa Catarina e aponta cenários futuros**: SEBRAE, 2019. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/11242-2>. Acesso em: 24 maio 2023.

SHARMA, Nomita. **Management of innovation in developing economies**. Springer International Publishing, 2019. Disponível em:

[https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Mohiuddin-6/publication/332757056\\_Ethnic\\_Food\\_Products\\_in\\_International\\_Trade\\_ASEAN\\_Agro-food\\_Products%27\\_Marketing\\_Strategy\\_in\\_Canadian\\_Market/links/618ad82861f098772076c796/Ethnic-Food-Products-in-International-Trade-ASEAN-Agro-food-Products-Marketing-Strategy-in-Canadian-Market.pdf#page=186](https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Mohiuddin-6/publication/332757056_Ethnic_Food_Products_in_International_Trade_ASEAN_Agro-food_Products%27_Marketing_Strategy_in_Canadian_Market/links/618ad82861f098772076c796/Ethnic-Food-Products-in-International-Trade-ASEAN-Agro-food-Products-Marketing-Strategy-in-Canadian-Market.pdf#page=186). Acesso em: 24 maio 2023.

SILVA, Aline Araújo et al. Comércio externo brasileiro de têxteis e confecções e a concorrência chinesa: uma análise da competitividade das exportações em estados selecionados no período de 1997 a 2017. **Revista de Economia Mackenzie**, v. 18, n. 1, p. 63-91, 2021. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-publicacoes/-/publicacao/1147305/comercio-externo-brasileiro-de-texteis-e-confecoes-e-a-concorrencia-chinesa-uma-analise-da-competitividade-das-exportacoes-em-estados-selecionados-no-periodo-de-1997-a-2017>. Acesso em: 5 ago. 2023.

VAN OORSCHOT, Johannes A.W.H.; HOFMAN, Erwin; HALMAN, Johannes I.M. A bibliometric review of the innovation adoption literature. *Technological Forecasting and Social Change*, v. 134, p. 1-21, 2018. Disponível em: [https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0040162517303943?casa\\_token=xiPMka6XhL8AAAAA:\\_N0P6AdYn0J6opI\\_4OhMXJ6k5W4NjVJX\\_Af6FVvVisSYbmham3UASR1DGCjTrfvRV1lvDdx4f4he](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0040162517303943?casa_token=xiPMka6XhL8AAAAA:_N0P6AdYn0J6opI_4OhMXJ6k5W4NjVJX_Af6FVvVisSYbmham3UASR1DGCjTrfvRV1lvDdx4f4he). Acesso em: 5 ago. 2023.

ZHANG, Zhiying; CHENG, Hua; YU, Yabin. Relationships among government funding, R&D model and innovation performance: A study on the Chinese textile industry. **Sustainability**, v. 12, n. 2, p. 644, 2020. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/2/644>. Acesso em: 5 ago. 2023

ZHOU, Kevin Zheng; WU, Fang. Technological capability, strategic flexibility, and product innovation. **Strategic management journal**, v. 31, n. 5, p. 547-561, 2010. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/smj.830>. Acesso em: 24 maio 2023.

ZOUIRI, Lahboub; BENNANI, Fatine. Une analyse économétrique des motivations d'innovation des PME-PMI Marocaines. **Revue du Contrôle de la Comptabilité et de l'Audit**. ISSN: 2550-469X. n. 4, 2018. Disponível em: <https://www.revuecca.com/index.php/home/article/view/42>. Acesso em: 5 ago. 2023.

## SOBRE OS AUTORES

### Vanessa Dagnoni Mondini

Doutora em Ciências Contábeis e Administração (FURB). Mestre em Administração (FURB). Especialização em Marketing. Especialização em Gestão e Tutoria do Ensino a Distância. Graduada em Administração. Graduada em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda. Professora do Instituto Federal de Santa Catarina.  
Contato: [vanessa.dagnoni@ifsc.edu.br](mailto:vanessa.dagnoni@ifsc.edu.br)

MONDINI, V. E. D.; HORA, G. B.; TENFEN, G. M.; CARVALHO, L. C.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4925973469417628>

### **Givaldo Bezerra da Hora**

Doutor em Administração pela PPGA/UFSC. Mestre em Administração e Desenvolvimento Rural pela UFRPE. Especialista em Gestão de Logística Empresarial pela FACE. Graduado em Administração pelo Centro Universitário do Rio São Francisco - UNIRIOS. Professor do Instituto Federal de Santa Catarina - IFSC

Contato: [givaldo.hora@ifsc.edu.br](mailto:givaldo.hora@ifsc.edu.br)

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0867941979773267>

### **Glaucia Marian Tenfen**

Doutora em Ciências Contábeis e Administração pela FURB (2024). Mestra em Engenharia de Produção pela UFSC. Especialista em Gestão de Pessoas e Graduada em Administração pela FURB. Professora do Instituto Federal de Santa Catarina, Campus Gaspar.

Contato: [glaucia.tenfen@ifsc.edu.br](mailto:glaucia.tenfen@ifsc.edu.br)

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2089763560984968>

### **Luciano Castro Carvalho**

Doutor em Administração pela EAESP/FGV. Mestre em Administração pela FURB. Especialista em Controladoria e Finanças pela FUCAPE/ES. Possui graduação em Administração de Empresas pela Faculdade Estácio de Sá de Vila Velha.

Contato: [lucicar@gmail.com](mailto:lucicar@gmail.com)

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2844051793998234>

#### **Como citar este artigo**

MONDINI, Vanessa Edy Dagnoni; DA HORA, Givaldo Bezerra; TENFEN, Glaucia Marian; CARVALHO, Luciano Castro. Fontes, motivações e dificuldades no processo de inovação das empresas têxteis no município de Gaspar/SC. **Revista de Administração da Universidade Estadual de Goiás (RAUEG)**. Anápolis, v. 15, n. Fluxo Cont., p. 1-18, Out 2024. Disponível em: link do artigo. Acesso em: dd mês ano (Ex.: 10 set. 2024).

Recebido em: 10/03/2024

Aprovado em: 08/08/2024

Sistema de Avaliação: Double Blind Review

Editor Científico: Dr. Marco Aurélio Pedrosa de Melo