FDC Executive

FE1405 http://www.fdc.org.br/professoresepesquisa/publicacoes

Panorama da Inovação no Brasil

Hugo Ferreira Braga Tadeu

Desenvolver novos produtos para atender melhor o cliente customizado, visando à sustentabilidade e ampliação do lucro; antecipar as tendências do negócio e expandir as fatias de mercado; atrair e reter talentos em sua equipe de trabalho; investir em novas tecnologias e identificar parcerias estratégicas; implantar diretorias de novos projetos e gerenciamento de riscos.

Esses são exemplos de ações e estratégias de gestão que muitas empresas vêm colocando em prática em nome de um dos principais diferenciais competitivos do mercado contemporâneo: a inovação.

A expressão é tão poderosa que crescem, a cada dia, estudos e pesquisas que visam analisar tudo o que se pode fazer no contexto da inovação para se garantir maior sucesso nos empreendimentos. Trata-se de uma questão em relevância crescente no mundo empresarial, no Brasil e o exterior, mas ainda com baixa penetração nos níveis inferiores da hierarquia das organizações.

O trabalho apresentado a seguir é um exemplo da importância crescente do tema inovação do contexto dos negócios.

Este artigo é uma síntese da pesquisa realizada pelo Núcleo de Inovação e Empreendedorismo da Fundação Dom Cabral sobre as práticas de gestão da inovação nas empresas brasileiras.

O estudo foi elaborado a partir de pesquisas qualitativas em bases secundárias ao longo dos anos de 2013 e 2014. Foram realizadas também entrevistas presenciais envolvendo líderes em cargo de diretoria e gerência nas empresas participantes dos Centros de Referência em Inovação, além de estudos em bases de publicações internacionais especializadas, como Enterprise and Innovation, European Journal of Innovation Management, Innovation and Development, International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management, International Journal of Innovation and Sustainable Development, International Journal of Innovation Management, Journal of Technology Management & Innovation e The Journal of Product Innovation Management.

Foram avaliados, portanto, diversos aspectos relacionados com o processo de inovação nas empresas. Sete principais itens apontados nos resultados da pesquisa serão apresentados e analisados a seguir:

- Inovação e prioridade estratégico
- Aspectos direcionadores da inovação
- Aspectos que direcionarão a inovação
- Prioridades para inovação
- Práticas que sustentam a inovação (I)
- Parcerias que sustentam a inovação
- Práticas que sustentam a inovação (II)

A avaliação desses aspectos se mostrou extremamente rica e interessante para a concretização deste estudo. Em todo o processo, buscou-se responder às seguintes questões:

- Quais as práticas de inovação no Brasil?
- Quais as variáveis que impactam positivamente a inovação no Brasil?
- Quais as conclusões e sugestões do Núcleo de Inovação e Empreendedorismo da FDC, em relação a essas duas perguntas?

Inovação e prioridade estratégica

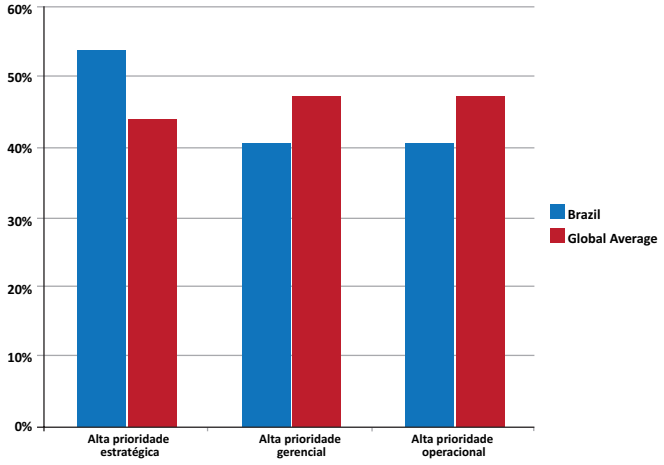

Gráfico1. Inovação e Prioridades Estratégicas
Fonte: Núcleo de Inovação e Empreendedorismo da FDC (2014).

- Os resultados do Gráfico 1 indicam que a inovação é um tema de alta prioridade estratégica no Brasil, com aproximadamente 60% de importância, acima da média global, que gira em torno de 40%.
- Quando a prioridade é gerencial, o Brasil apresenta um resultado inferior à média global, da mesma forma que ocorre em relação à prioridade operacional. Isso indica que a inovação ainda é um tema da alta direção, não conseguindo ainda ser desdobrada para os demais níveis das estruturas empresariais.
- Os resultados do Gráfico 1 levam também a outra indagação: Seria necessário o estabelecimento de uma diretoria e equipes voltadas para a inovação, de forma a estimular o processo de inovação?
- A criação de uma diretoria voltada para a inovação, com sua respectiva equipe, poderia ser teoricamente explicada pelo fato de que a sua importância estratégica aumentaria a produtividade das empresas, a partir de novos processos e proposta de valor.
- Da mesma forma, a centralização inicial das atividades de inovação em uma diretoria justifica-se pelo estágio de maturidade inicial das empresas brasileiras, diferentemente do estágio mundial, mais avançado e com resultados tangíveis.

Aspectos direcionadores da inovação

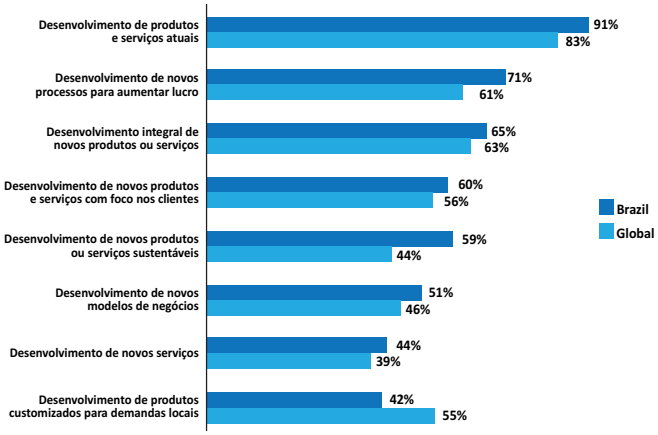

Gráfico 2. Aspectos Direcionadores da Inovação
Fonte: Adaptado de GE (2014)

- Os fatores utilizados para avaliar o que direcionou a inovação no Brasil estão relacionados com o desenvolvimento de novos produtos e serviços; produtos e serviços para aumentar o lucro; novos produtos com foco nos clientes; novos produtos ou serviços sustentáveis; e produtos customizados para demandas locais.
- Destaca-se, neste conjunto, o desenvolvimento de produtos e serviços atuais e com foco em aumentar o lucro. A média brasileira é inferior à internacional, quando se avalia o desenvolvimento de produtos customizados para demandas locais.
- Os resultados do Gráfico 2 sugerem ainda a necessidade da implantação de uma agenda de curto prazo, voltada para o portfólio atual de produtos, serviços e lucro.
- Neste sentido, o Gráfico 3, a seguir, busca investigar quais fatores determinarão o comportamento futuro da inovação nas empresas brasileiras.

Aspectos que direcionarão a Inovação

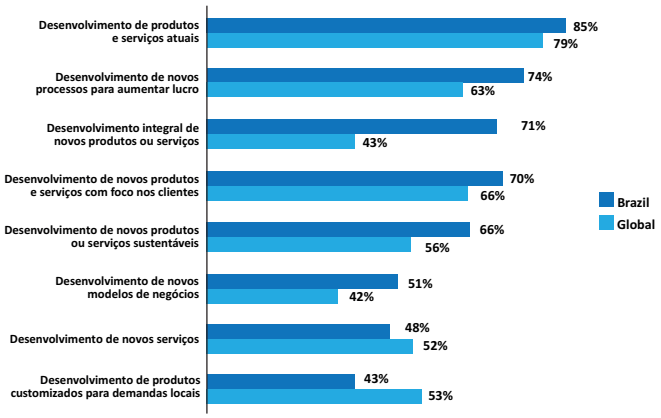

Gráfico 3. Aspectos que Direcionarão a Inovação
Fonte: Adaptado de GE (2014)

- O Gráfico 3 corrobora, portanto, os resultados do Gráfico 2, no que se refere à criação de uma agenda de longo prazo das empresas brasileiras para inovação, que continuará focada em desenvolvimento de produtos e serviços atuais e em busca do lucro, seguido pela importância do desenvolvimento de serviços com foco no cliente, aspectos sustentáveis em novos modelos de negócios e demandas locais.
- A maturidade da inovação nas empresas brasileiras estaria associada ao desenvolvimento econômico e ao processo de estabilidade do investimento público e privado.

Prioridades para inovação

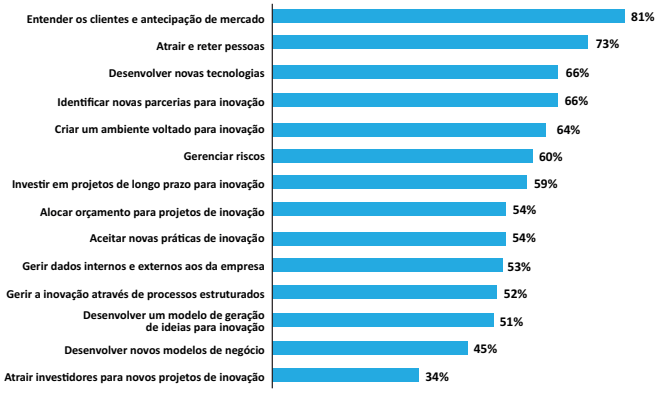

Gráfico 4. Prioridades para Inovação
Fonte: Núcleo de Inovação e Empreendedorismo da FDC (2014)

- O Gráfico 4 mostra quais seriam as prioridades das empresas brasileiras para inovar, pela ordem de importância: entender os clientes e antecipação de mercado; atrair e reter pessoas; desenvolver novas tecnologias; identificar parcerias; criar ambiente voltado para a inovação; gerenciar riscos; e investir em projetos de inovação até atrair investidores para projetos de inovação.
- Como resultado, a prioridade é a antecipação de mercado, podendo estar relacionado aos resultados dos Gráficos 1 e 2, em que se demonstra que os objetivos são desenvolver produtos e aumentar o lucro.

Práticas que sustentam a inovação

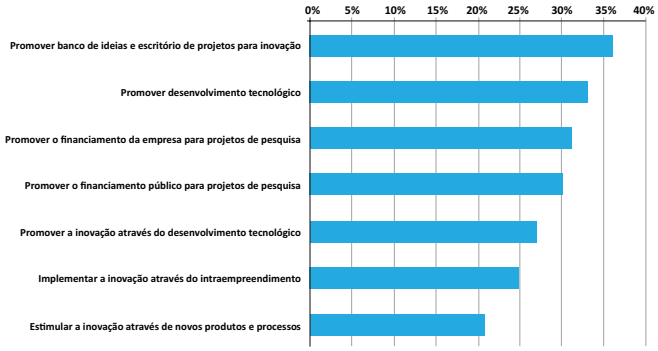

Gráfico 5. Práticas que Sustentam a Inovação
Fonte: Adaptado de GE (2014)

- As análises que sustentariam as prioridades para a inovação são apresentadas no Gráfico 5: promover banco de ideias e escritório de projetos para inovação; promover o desenvolvimento tecnológico; promover o financiamento de projetos de pesquisa e financiamento público visando estimular a inovação de novos produtos e processos.
- Percebe-se que o estágio das práticas de inovação ainda é inicial, dada a prioridade para banco de ideias e projetos. Pesquisas recentes produzidas pela Banco Mundial, em 2014, sugerem que as práticas de inovação nos Estados Unidos estariam relacionadas a adoção de capital de risco e inovações disruptivas, enquanto que, em países em desenvolvimento (como o Brasil), estariam mais associadas a investimentos públicos e ao estágio inicial empresarial.

Parcerias que sustentam a inovação

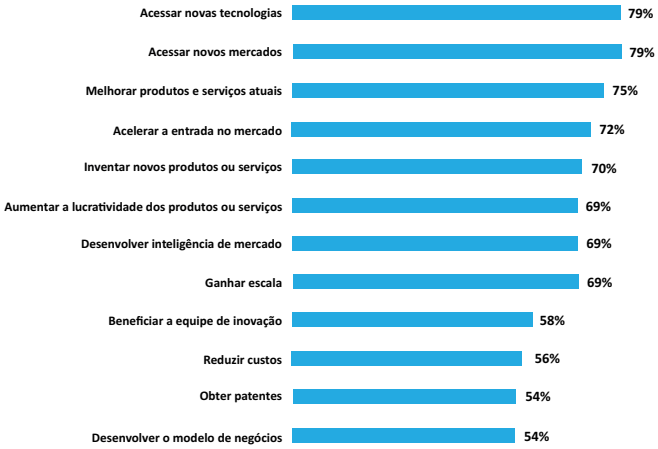

Gráfico 6. Parcerias que Sustentam a Inovação
Fonte: Adaptado de Insead (2014)

- O Gráfico 6 sugere que a busca por parcerias torna-se importante para auxiliar o desenvolvimento das organizações, em que as atividades para acessar novas tecnologias, novos mercados, melhoria de produtos e serviços atuais apresentam maior importância do que reduzir patentes e novos modelos de negócios.

Práticas que sustentam a inovação (II)

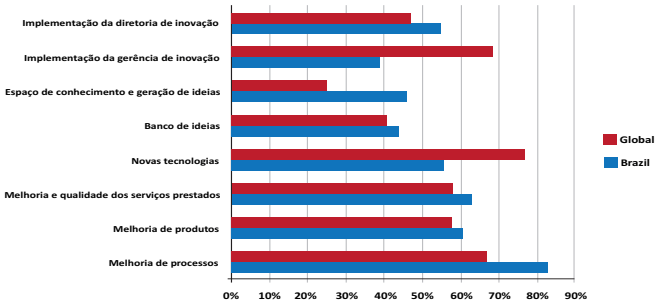

Gráfico 7. Parcerias que Sustentam a Inovação
Fonte: Núcleo de Inovação e Empreendedorismo da FDC (2014)

- Como resultado dos gráficos 1 ao 6, buscou-se analisar a importância da estruturação de equipes de inovação nas empresas brasileiras. Neste sentido, o Gráfico 7 sugere que a implementação da diretoria de inovação nas empresas brasileiras seria uma prática relevante e acima da média global.
- Os demais resultados sugerem que espaços do conhecimento, banco de ideias, melhoria da qualidade dos serviços, produtos e processos são orientações relevantes para as empresas brasileiras.

Conclusões mais relevantes

Para o Núcleo de Inovação e Empreendedorismo, os resultados sugerem que as iniciativas adotadas para a inovação estão associadas ao desenvolvimento de produtos, processo, serviços e tecnologias, mas com soluções incrementais.

As evidências obtidas pela revisão da literatura e bases de dados pesquisados sustentam o argumento segundo o qual a inovação é um tema estratégico no mundo, com desdobramentos nas camadas gerenciais e operacionais. Enquanto isto, a percepção de que a inovação é um tema relevante é latente, mas com baixa penetração nos demais níveis organizacionais das empresas brasileiras.

Os resultados alcançados na pesquisa denotam que existem oportunidades para o acesso a novos mercados, ao desenvolvimento de modelos de negócio e à construção de parcerias com clientes, fornecedores e universidades, desde que exista a implantação de processos estruturados e pessoas engajadas. A ausência desses fatores pode influenciar em uma menor capacidade para inovação.