PANORAMA DA INOVAÇÃO NO BRASIL
Edição 2015

Prof. Hugo Ferreira Braga Tadeu e Diogo de Lacerda Santos

2015

Apoio:

Cooperação:

FUNDAÇÃO DOM CABRAL
DESENVOLVIMENTO DE EXECUTIVOS E EMPRESAS

SOBRE OS AUTORES

Hugo Ferreira Braga Tadeu é Professor e Pesquisador da Fundação Dom Cabral, atuando no Núcleo de Inovação e Empreendedorismo, nos programas customizados e nas parcerias empresariais. Possui experiência em projetos nas áreas de gestão da inovação, produtividade e cenários. Responsável por pesquisas relacionadas a temas como inovação e cash management, digitalização, health economics, inovação nos setores de mineração e O&G. Pós-Doutor em Simulação Empresarial pela Sauder School of Business, Canadá.

Diogo de Lacerda Santos é Bolsista de Iniciação Científica da Fundação Dom Cabral, atuando no Núcleo de Inovação e Empreendedorismo. Estudante de Economia pela UFMG.

VISÃO GERAL DO RELATÓRIO

- O panorama da inovação no Brasil é muito discutido, principalmente em momentos de crise, onde surgem novas oportunidades de mercado. O posicionamento das empresas para o planejamento e execução desses projetos de inovação será reflexo do modo como elas abordam o tema internamente. O panorama da inovação no Brasil, é portanto, consequência do posicionamento dessas empresas sobre o assunto.
- As práticas e diálogos estabelecidos nos encontros do Centros de Referência em Inovação (CRIs), permitem debater sobre o assunto e definir opiniões sobre os melhores meios para a construir projetos de inovação. As empresas participantes puderam usufruir desse debate, complementando suas perspectivas iniciais sobre o tema.
- A análise do pensamento dessas empresas em relação ao projetos de inovação se torna objeto fundamental para o entendimento do panorama da inovação no Brasil. Ainda, uma avaliação feita ao longo de todo um ciclo dos CRIs, permite observar mudanças nas opiniões iniciais das empresas pesquisadas. O relatório em questão permite construir análises e argumentos voltados para o entendimento do posicionamento dessas empresas sobre sues projetos de inovação.

INTRODUÇÃO

Sobre o Relatório

O presente relatório é uma avaliação do Núcleo de Inovação e Empreendedorismo da Fundação Dom Cabral (FDC) sobre as práticas de inovação das empresas participantes dos Centros de Referência em Inovação Nacional (CRI Nacional) e Centro de Referência em Inovação de Minas Gerais (CRI Minas). O objetivo envolve avaliar as práticas das empresas selecionadas para este estudo, contemplando questões como inovação e estratégia, aspectos direcionadores para inovação, prioridades para inovação, parcerias que sustentam a inovação e ambiente para a inovação no Brasil.

Metodologia

A metodologia utilizada envolveu a adoção de um formulário de pesquisa qualitativa com as empresas do CRI Nacional e CRI Minas ao longo de 2014. Foram pesquisadas 38 (trinta e oito) empresas, com ampla relevância para a economia brasileira. O processo de análise das respostas foi conduzida através de reuniões e análises técnicas pela equipe de Professores do Núcleo de Inovação e Empreendedorismo da FDC.

INTRODUÇÃO

Metodologia (continuação)

Os principais aspectos avaliados na nossa pesquisa sobre inovação nas empresas foram:

- Inovação e prioridade estratégica.
- Aspectos direcionadores para inovação.
- Aspectos que direcionarão a inovação.
- Prioridades para inovação.
- Práticas que sustentam a inovação.
- Parcerias que sustentam a inovação.
- Projetos imediatos para inovação.
- Ambiente para inovação no Brasil.

Sua Relevância

O presente relatório é importante, pois permite realizar o comportamento das empresas do CRI Nacional e CRI Minas quanto ao esforço de inovação e busca responder ao objetivo proposto no item “sobre o relatório”. O presente documento é dividido em introdução, metodologia, análises dos resultados e conclusões.

INTRODUÇÃO

Empresas Participantes do CRI Nacional

Figura 01 – Empresas Participantes do CRI Nacional em 2015
Fonte: FDC (2015)

INTRODUÇÃO

Empresas Participantes do CRI Minas

Figura 02 – Empresas Participantes do CRI Minas em 2015
Fonte: FDC (2015)

ANÁLISE DOS RESULTADOS

INOVAÇÃO COMO OPÇÃO ESTRATÉGICA

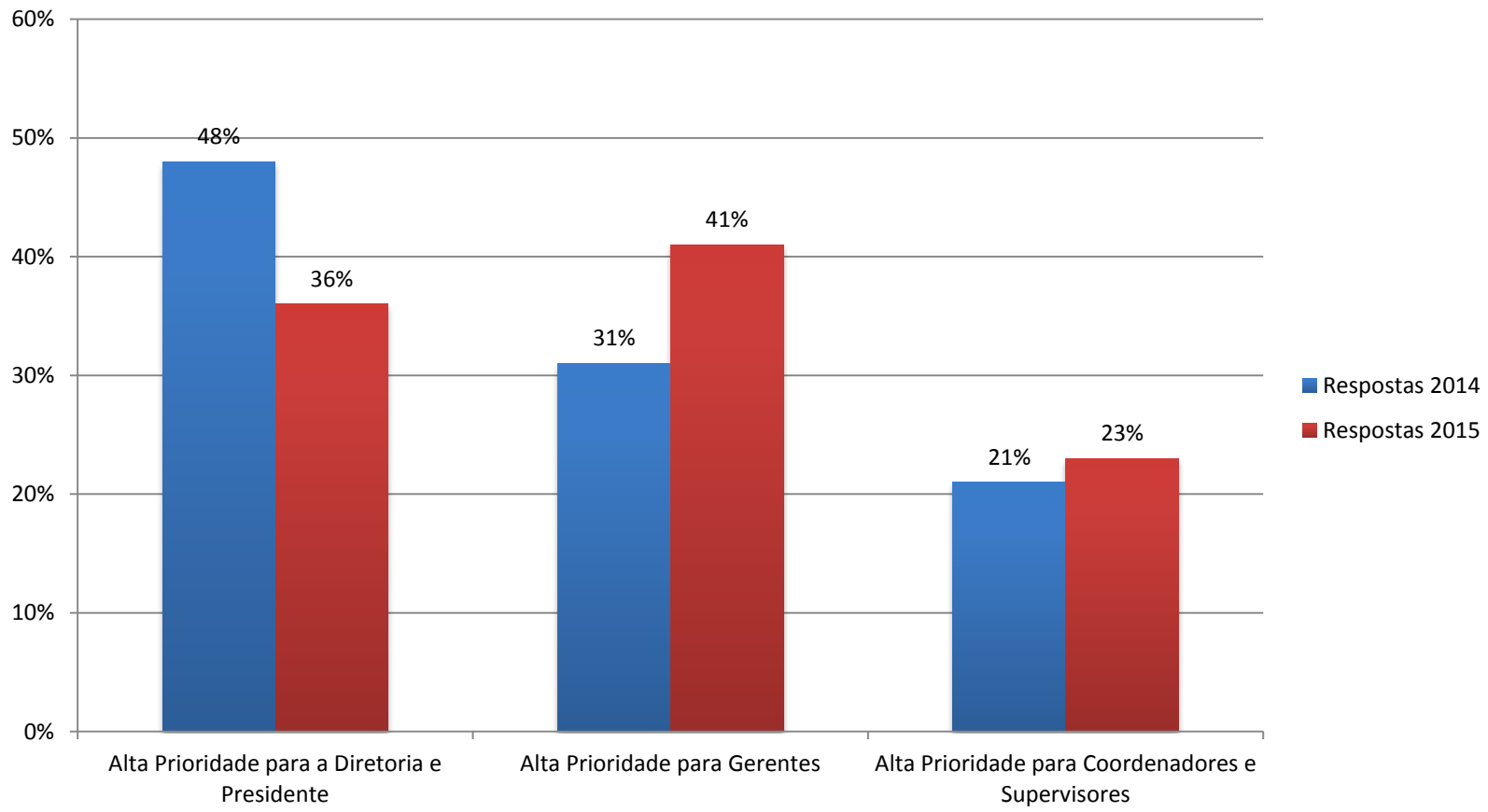

Gráfico 01 – Inovação como Opção Estratégica
Fonte: FDC (2015)
n=39

ANÁLISE DOS RESULTADOS

INOVAÇÃO COMO OPÇÃO ESTRATÉGICA: ANÁLISES

- No ano de 2014, 48% das empresas consideravam a inovação como opção estratégica de alta prioridade para a diretoria e presidência. Apenas 21% das empresas consideraram que coordenadores e supervisores devem priorizar a inovação. Esse fator revela certa concentração organizacional e hierárquica nessas empresas no que esse refere ao planejamento e execução de projetos inovadores.

- Em 2015 o resultado foi diferente quando comparado ao ano anterior. Nesse caso, 41% das empresas consideraram que as estratégias inovativas seriam de alta prioridade para a gerência e apenas 36% disseram que seria prioridade das diretorias ou presidência.

- Essa mudança é reflexo da percepção por parte dessas empresas de que as práticas inovadoras não devem se concentrar nos níveis mais altos da hierarquia empresarial. Sendo importante atribuir certa autonomia aos funcionários em um processo de incentivo a geração de ideias e formulação de uma rotina de práticas inovadoras, menos centralizadas.

ANÁLISE DOS RESULTADOS

ASPECTOS QUE DIRECIONARÃO A INOVAÇÃO

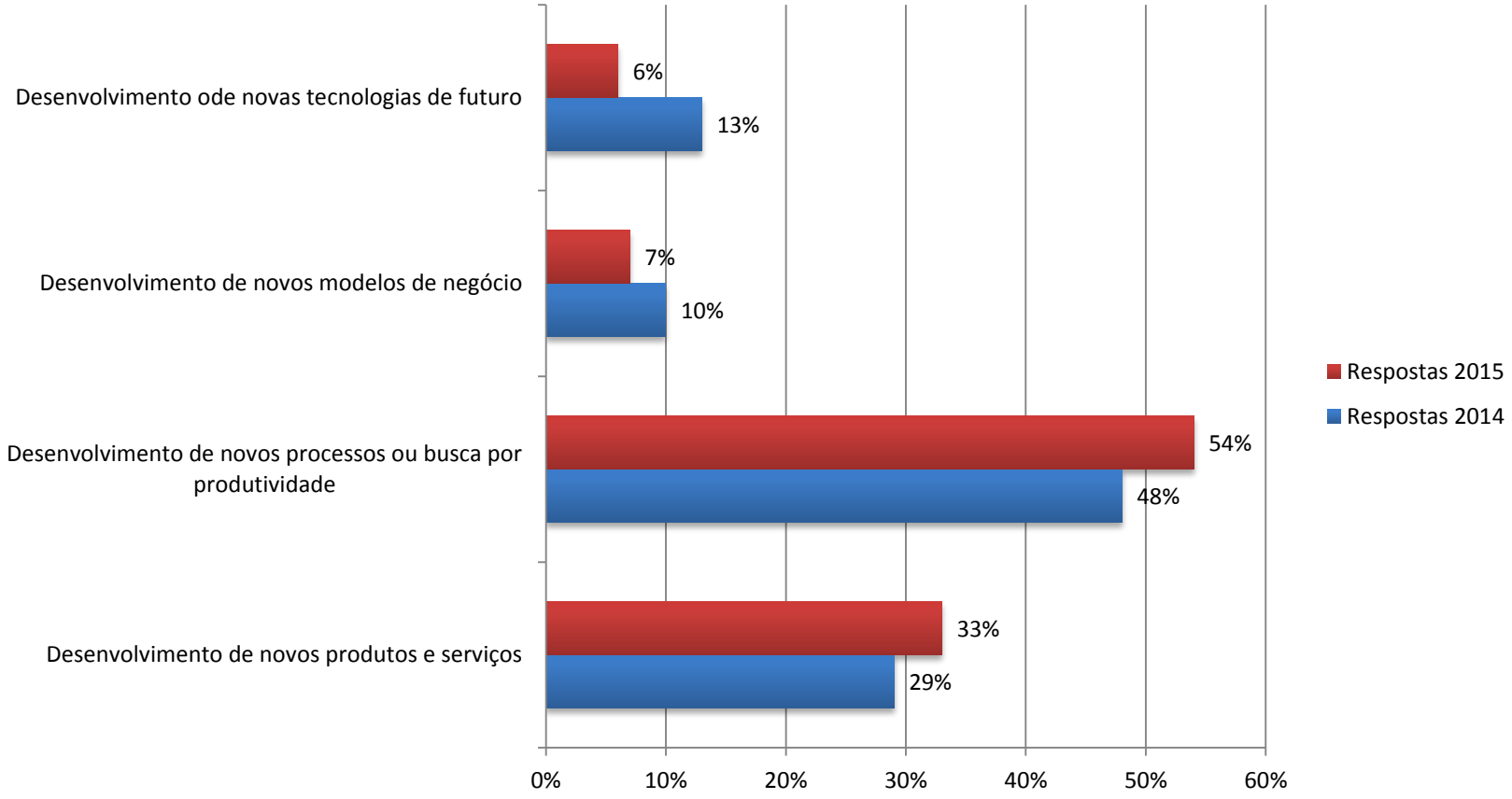

Gráfico 02 – Aspectos que Direcionarão a Inovação
Fonte: FDC (2015)
n=39

Material de responsabilidade do professor

ANÁLISE DOS RESULTADOS

ASPECTOS QUE DIRECIONARÃO A INOVAÇÃO: ANÁLISES

- Em 2014, 48% das empresas consideram inovações em processos, que levem a ganhos de produtividade, como foco estratégico principal. Esse valor subiu para 54% em 2015. Ainda, em 2014 e 2015, por volta de 30% das empresas avaliam a criação de novos produtos e serviços como ponto fundamental tendo em vista seus objetivos de mercado.

- Chama atenção o fato de que em 2014 apenas 13% das empresas consideraram o desenvolvimento de tecnologias de futuro como principal fator direcionador do processo inovativo interno. Esse percentual ainda diminuiu no ano de 2015 para 6%. Também, apenas 10% das empresas em 2015 e 7% em 2014 consideraram o desenvolvimento de novos modelos de negócio como fundamentais para o direcionamento dos projetos de inovação.

- A partir dos dados, é possível assumir que, para o período analisado, as empresas consideram as inovações, principalmente, como meio para expandir seus mercados e elevar os níveis de produtividade, visando reduzir custos e superar concorrentes. O foco das empresas ao adotarem práticas inovadoras está, portanto, atrelado a retornos de curto prazo e no aumento dos lucros.

ANÁLISE DOS RESULTADOS

PRIORIDADES PARA INOVAÇÃO

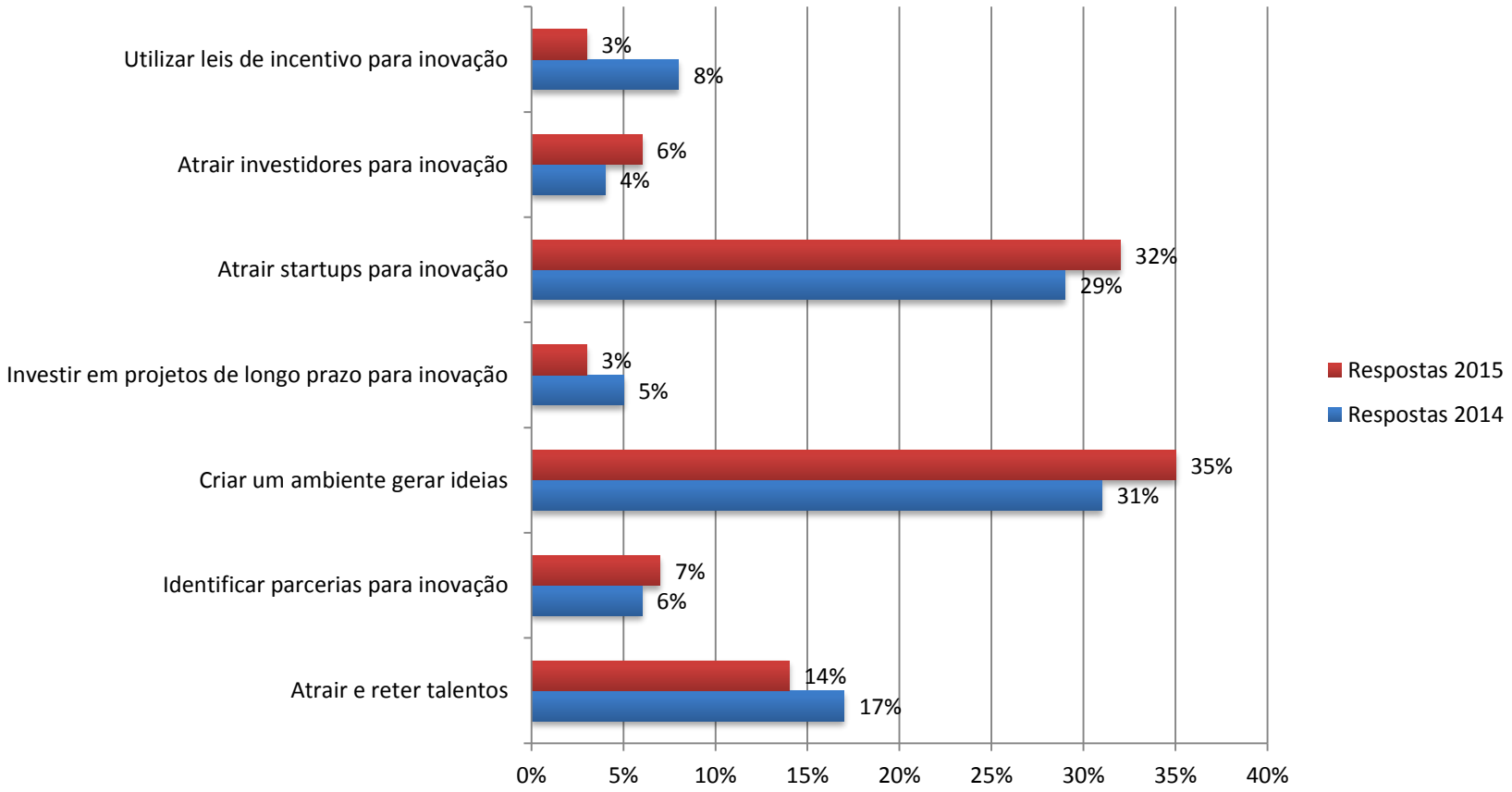

Gráfico 03 – Prioridades para Inovação
Fonte: FDC (2015)
n=39

ANÁLISE DOS RESULTADOS

PRIORIDADES PARA INOVAÇÃO

- Nos anos de 2014 e 2015 a por volta de 60% das empresas consideraram como prioridades mais importantes para inovação a atração de startups (29% em 2014 e 32% em 2015) e a criação de um ambiente gerador de ideias englobando (31% em 2014 e 35% em2015).

- Chama atenção o fato de serem minoria as empresas que consideram como prioridade meios para a inovação que incorram em gastos elevados ou que demande maior quantidade de tempo. Em 2014 apenas 5% consideraram projetos de inovação de longo prazo como prioridade. Em 2015 esse valor caiu para 3%. Ainda, em 2015 apenas 3% das empresas consideraram estratégias de uso das leis de incentivo a inovação como prioritárias.

- Considerável quantidade de empresas consideraram a busca por novos talentos como prioridade para inovação em 2014 (17%). Entretanto esse número apresentou uma queda em 2015 englobando 14% das empresas.

- Percebe-se uma tendência muito forte, por parte das empresas, em priorizarem projetos de inovação que possam ser realizados em menor tempo, baixos custos e com riscos calculados.

ANÁLISE DOS RESULTADOS

PRÁTICAS QUE SUSTENTAM A INOVAÇÃO

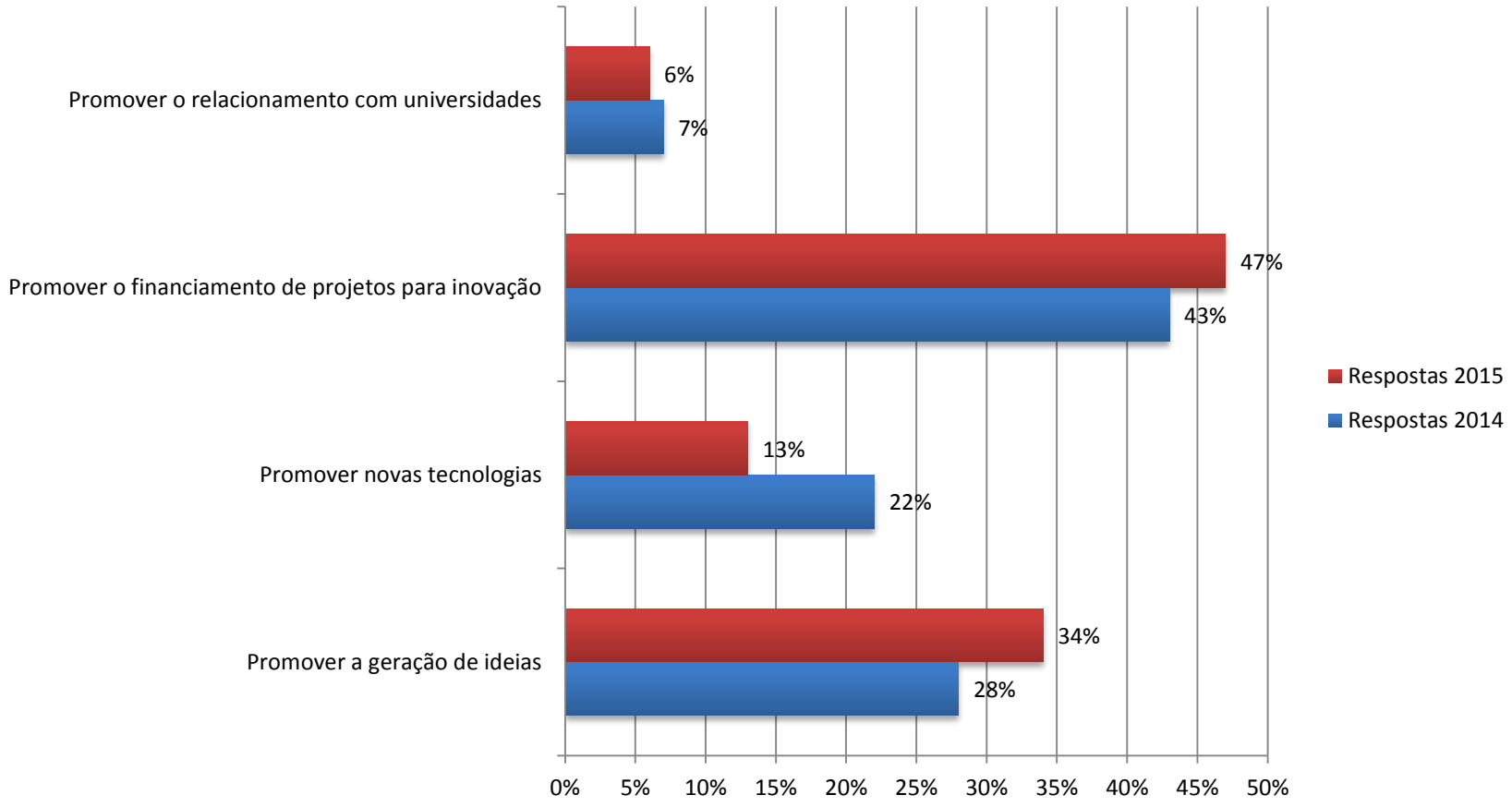

Gráfico 04 – Práticas que Sustentam a Inovação
Fonte: FDC (2015)
n=39

ANÁLISE DOS RESULTADOS

PRÁTICAS QUE SUSTENTAM A INOVAÇÃO

- O principal foco das empresas para sustentarem o processo inovativo interno está atrelado a obtenção de financiamentos de seus projetos inovadores. Tanto em 2014 quanto 2015, mais de 40% das empresas consideraram essa prática como a mais importante.
- No período de 2014 a 2015, é possível identificar uma considerável redução na ideia de que novas tecnologias sejam a base de sustentação da inovação nas empresas. Em 2014, 22% das empresas consideravam essa prática como fundamental, em 2015 houve uma redução desse valor pra apenas 13% das empresas.
- Houve um considerável aumento no número de empresas que determinaram a geração de novas ideias internas como prática fundamental para a sustentação de projetos inovadores (28% das empresas em 2014 e 34% em 2015).
- Chama atenção a baixa importância atribuída ao vínculo com universidades. Menos de 8% das empresas consideraram esse vínculo como importante em ambos os anos pesquisados. Isso comprova o grande distanciamento nesse tipo de interação no Brasil para a promoção de projetos inovadores.

ANÁLISE DOS RESULTADOS

PARCERIAS PARA A PROMOÇÃO DA INOVAÇÃO

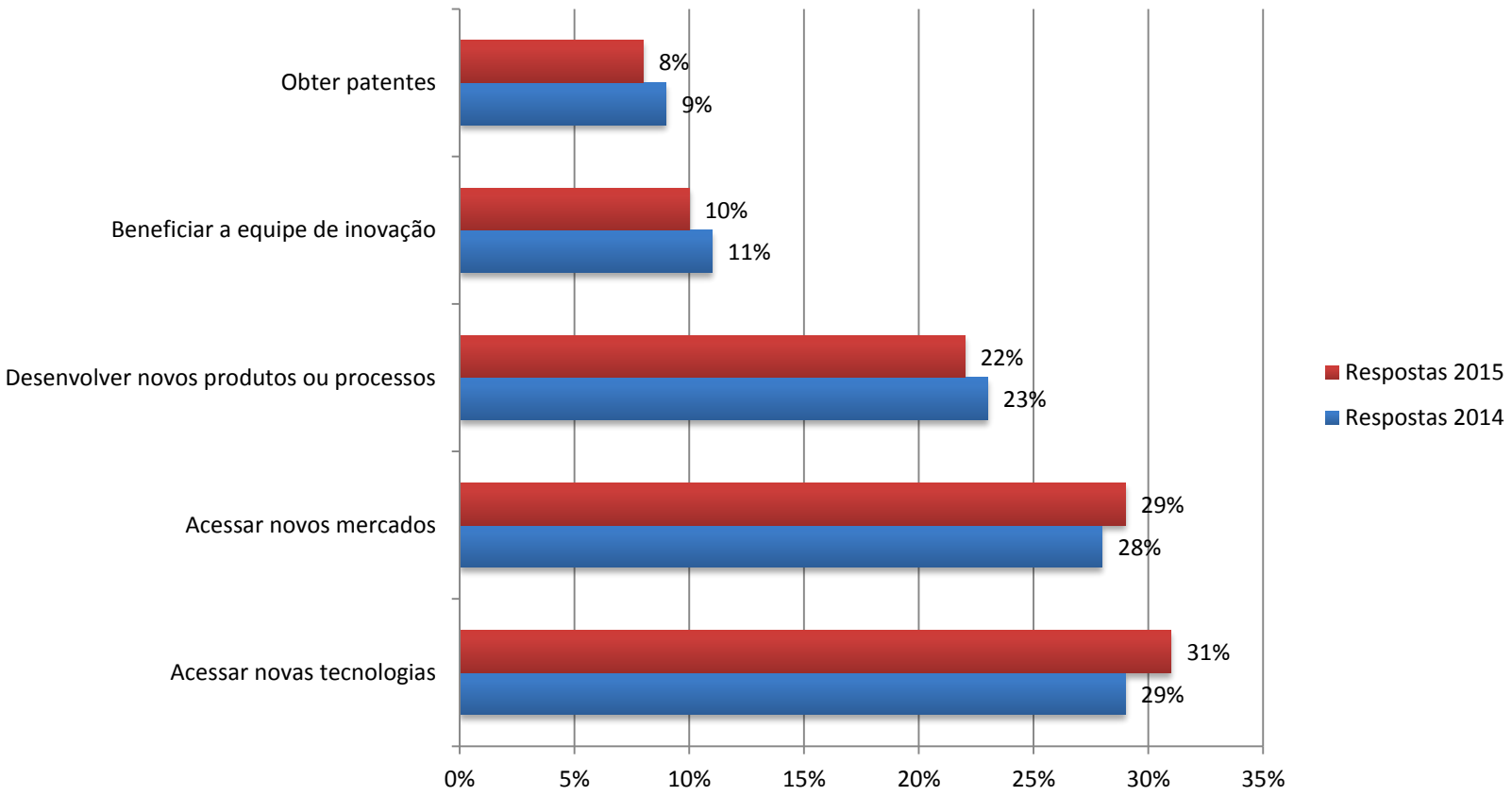

Gráfico 05 – Parcerias para a Promoção da Inovação
Fonte: FDC (2015)
n=39

Material de responsabilidade do professor

ANÁLISE DOS RESULTADOS

PARCERIAS PARA A PROMOÇÃO DA INOVAÇÃO

- A maioria das empresas buscam parcerias em projetos de inovação para a acessarem novas tecnologias e novos mercados. Em 2014 e 2015, quase 60% das empresas consideraram esses dois meios como principais para esse tipo de projeto.
- Em 2014 apenas 23% das empresas consideram as parcerias importantes para geração de novos produtos ou processos. Em 2015 esse valor diminuiu para 22% das empresas.
- A busca por geração de patentes é prioridade para a minoria das empresas ao estabelecerem parcerias. Tanto em 2014 quanto em 2015, menos de 10% das empresas consideraram esse fator como importante.
- Há, portanto, menor interesse das empresas em estabelecerem parcerias visando a criação de novas ideias, produtos ou tecnologias. De um modo geral, as empresas consideraram mais importante a possibilidade de utilização de experiências já obtidas por seus parceiros em projetos de cooperação com outras empresas ou institutos.

ANÁLISE DOS RESULTADOS

PROJETOS IMEDIATOS PARA A INOVAÇÃO

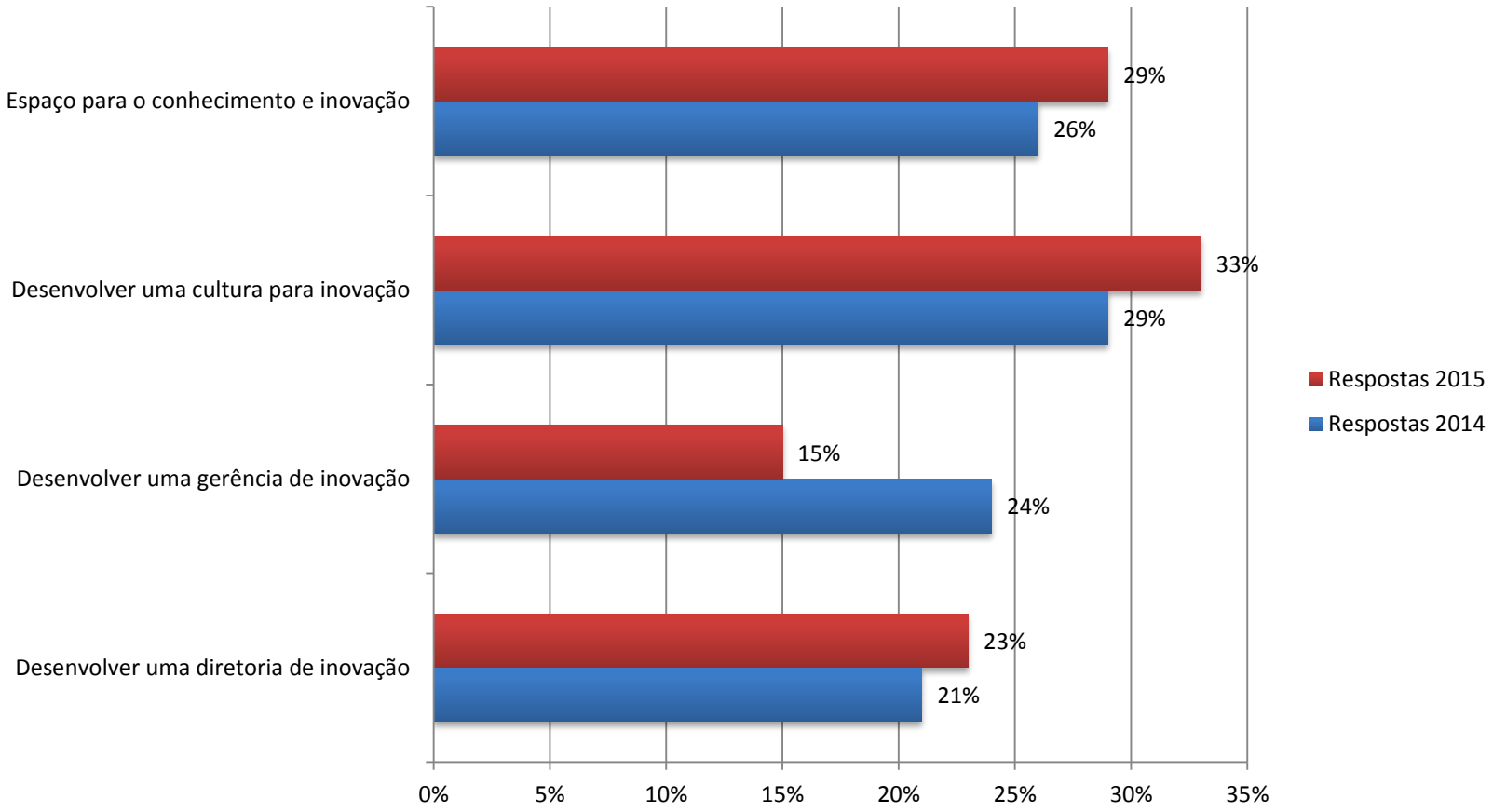

Gráfico 06 – Práticas que Sustetam a Inovação
Fonte: FDC (2015)
n=39

Material de responsabilidade do professor

ANÁLISE DOS RESULTADOS

PROJETOS IMEDIATOS PARA A INOVAÇÃO

- A maioria das empresas consideram a criação de espaços para o conhecimento/inovação e o desenvolvimento de uma cultura inovativa interna, como projetos imediatos para inovação, sendo os mais importantes. Em 2015 62% das empresas consideraram esses projetos como os mais importantes e 55% em 2014.
- Em 2015 houve uma redução muito grande no número de empresas que consideram o desenvolvimento de uma gerência de inovação como prioridade para esse tipo de projeto. Em 2014, 24% das empresas consideravam esse fator como mais importante, mas houve uma redução para 15% em 2015.
- O número de empresas que consideram o desenvolvimento de uma diretoria de inovação como principal estratégia para a execução de projetos imediatos de inovação se manteve estável (21% em 2014 e 23% em 2015).
- A partir dos dados é possível identificar uma forte tendência por parte das empresas em considerarem projetos mais abertos para inovação e a geração de uma rotina inovativa na empresa, como importantes para o desenvolvimento imediato de ideias.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

- As empresas participantes mostram perfil marcante em relação a projetos de inovação desenvolvidos. Percebe-se uma tendência para a descentralização do controle dos projetos inovadores somente a diretorias e presidência nas empresas. Isso atribui maior autonomia aos colaboradores das empresas em posições mais baixas na hierarquia organizacional.
- As empresas consideram a criação de ambientes propícios a geração de ideias, motivando uma rotina inovativa interna, como atividade muito importante e que permite o desenvolvimento de inovações com maior eficiência, a baixo custo e rápido retorno.
- Em sua grande parte, as inovações são voltadas para ganhos de produtividade e mercado, visando melhores resultados econômicos principalmente no curto prazo, o que gera um foco maior para o desenvolvimento de inovações de processos.
- Tendo em vista as ações inovadoras em parceria, essa empresas preferem adotar uma política mais conservadora, explorando as qualidades já existentes de seus parceiros em um processo de troca de sinergias e redução de riscos.

SOBRE O NÚCLEO DE INOVAÇÃO E EMPREENDERISMO DA FDC

O Núcleo de Inovação e Empreendedorismo da FDC apresenta uma série de atividades técnicas relacionadas à geração do conhecimento, sempre trabalhando junto às empresas, governo e universidades.

Maiores informações sobre as nossas práticas de inovação e como poderíamos ser úteis para a sua organização, acesse os *links* abaixo:

www.fdc.org.br/inovacao

hugo.tadeu@fdc.org.br