

Fundação Dom Cabral



• www.fdc.org.br •

PANORAMA DA INOVAÇÃO NO BRASIL Edição 2016

Prof. Hugo Ferreira Braga Tadeu e Eduardo Stock dos Santos
2016



Para ser relevante.

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, mestrado profissional e MBA Executivo. 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 – University of British Columbia – Canadá.

Eduardo Stock dos 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, em que 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 pelo Núcleo de Inovação e Empreendedorismo da FDC e empresas permitem debater sobre o assunto e definir opiniões sobre os melhores meios para a construir projetos de inovação.
- 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 pelo Núcleo de Inovação e Empreendedorismo da FDC, 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 seus 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). 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 ao longo de 2016. Foram pesquisadas 27 (vinte e sete) 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 para inovação.
- Cultura para inovação.
- Processos para inovação.
- Recursos para inovação.

Sua Relevância

O presente relatório é importante, pois permite realizar o comportamento das empresas do CRI Nacional 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



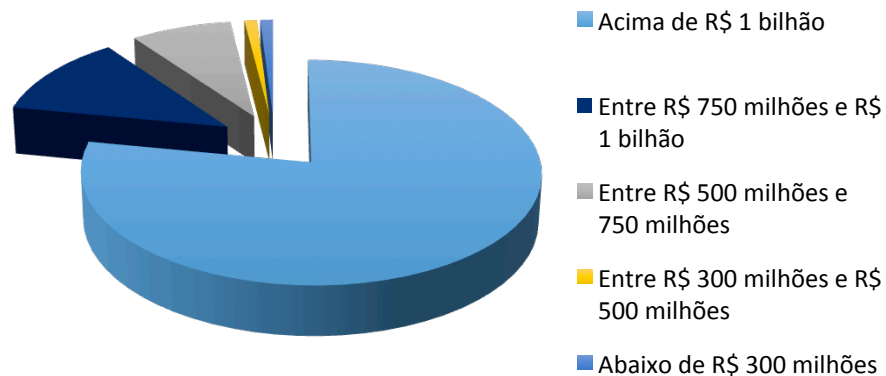
Figura 01 – Empresas Participantes do CRI Nacional em 2015

Fonte: FDC (2016)

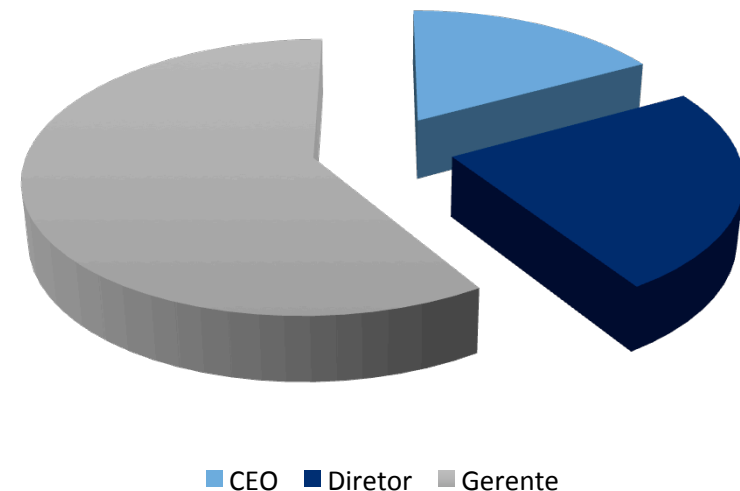
PERFIL DOS RESPONDENTES

Os respondentes são majoritariamente de grandes empresas possuindo cargo de gerente ou superior

Faturamento das empresas respondentes



Cargo dos respondentes



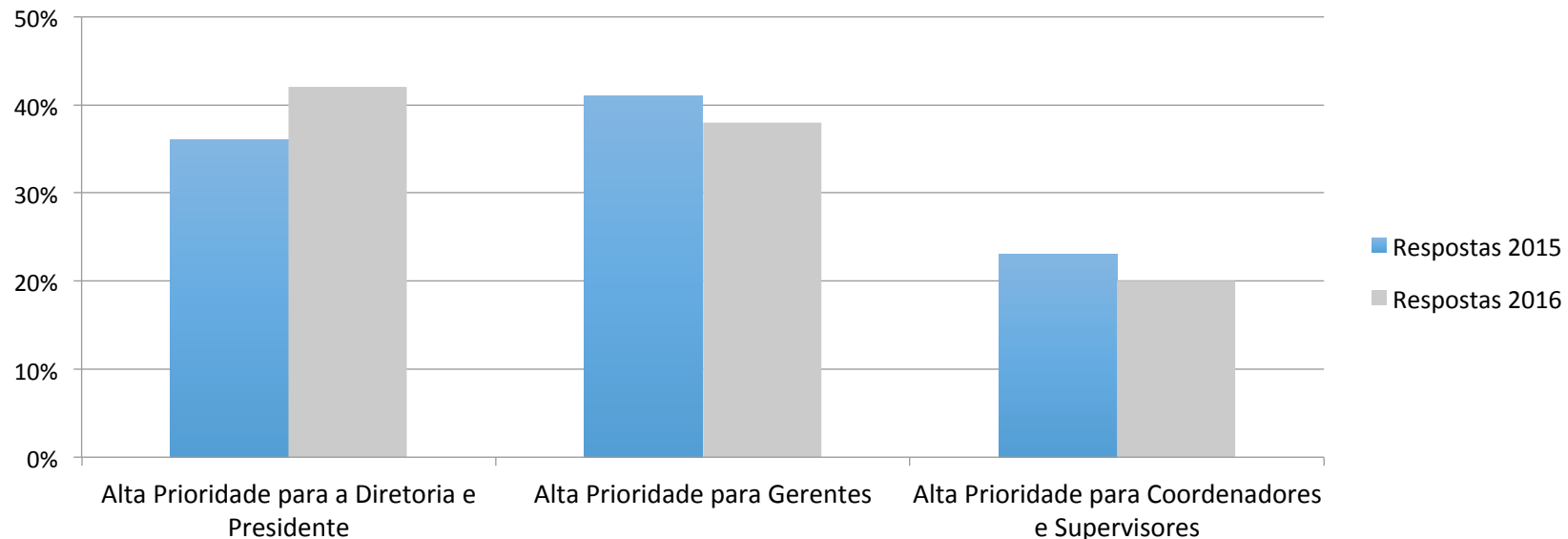
DESTAQUES

- Cerca de 80% das empresas entrevistadas possuem um faturamento anual superior a 1 bilhão de reais.
- Os respondentes são majoritariamente gerentes, 59% dos respondentes.

INOVAÇÃO COMO OPÇÃO ESTRATÉGICA

A alta gestão é a área que dá a maior prioridade a inovação como opção estratégica entre as empresas do CRI Nacional.

Qual a importância da inovação na estratégia da sua empresa?



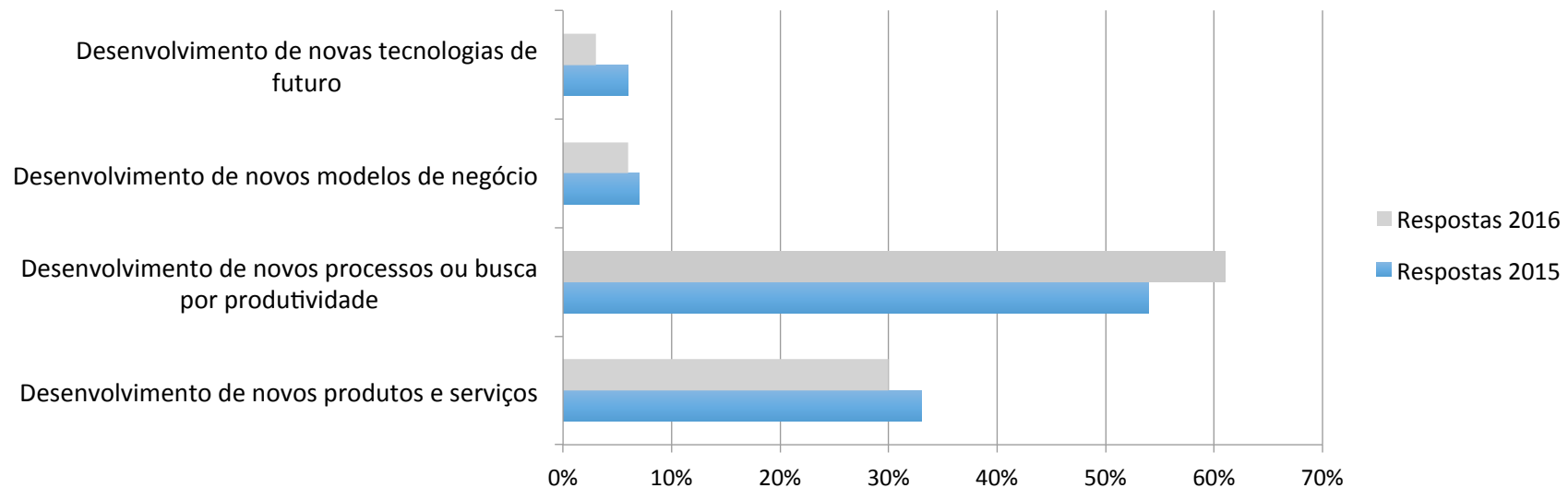
DESTAQUES

- A prioridade dada a inovação por parte da diretoria e presidência das empresas aumentou entre 2015 e 2016.
- Para os demais cargos analisados a inovação em 2016 foi considerada como menos importante frente a 2015.
- A diretoria e presidência são os cargos que dão maior importância a inovação nas empresas avaliadas.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DA INOVAÇÃO

A inovação nas empresas é pautada majoritariamente no ganho de produtividade.

O que direciona estrategicamente a inovação na sua empresa?



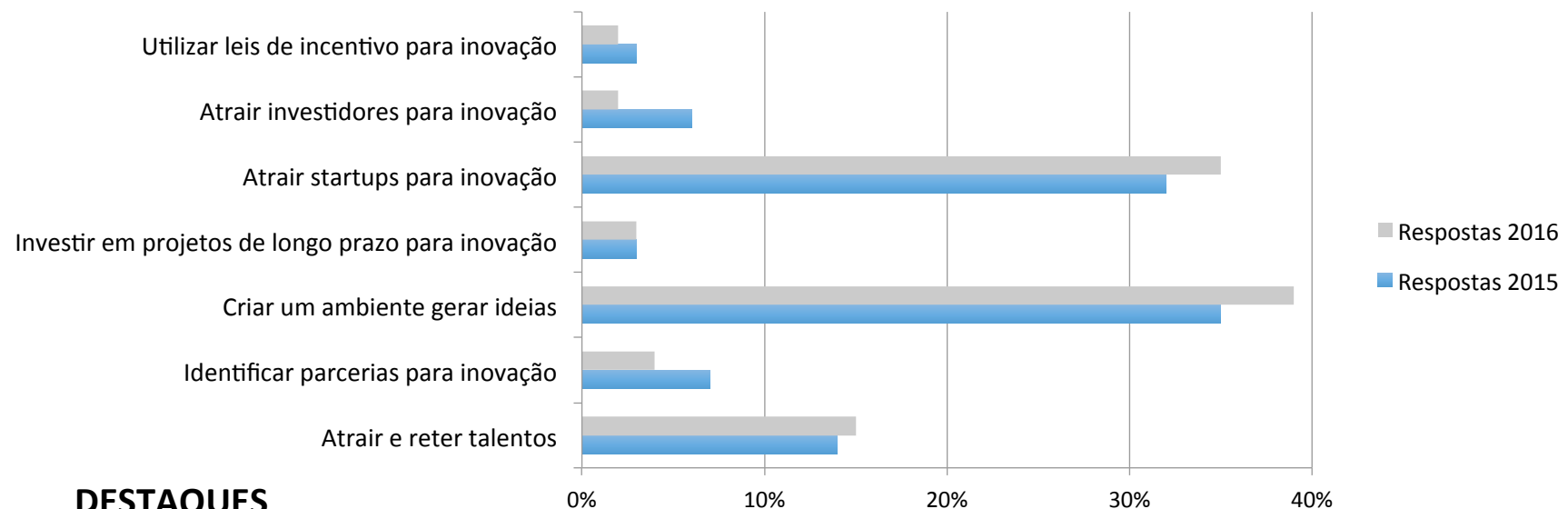
DESTAQUES

- A inovação nas empresas tem como principal objetivo o desenvolvimento de novos processos e a busca por produtividade, direcionando 61% dos esforços em inovação
- Já o desenvolvimento de novos produtos e serviços é o segundo maior objetivo, avaliado como 30% de prioridade.
- Entre 2015-2016 ouve queda na prioridade dada tanto ao desenvolvimento de novas tecnologias de futuro, quanto ao desenvolvimento de novos modelos de negócio.

ESTRATÉGIA DE INOVAÇÃO

As prioridades estratégicas para inovação nas empresas são atrair startups e criar um ambiente para gerar ideias.

Quais as prioridades estratégicas para a inovação na sua empresa?



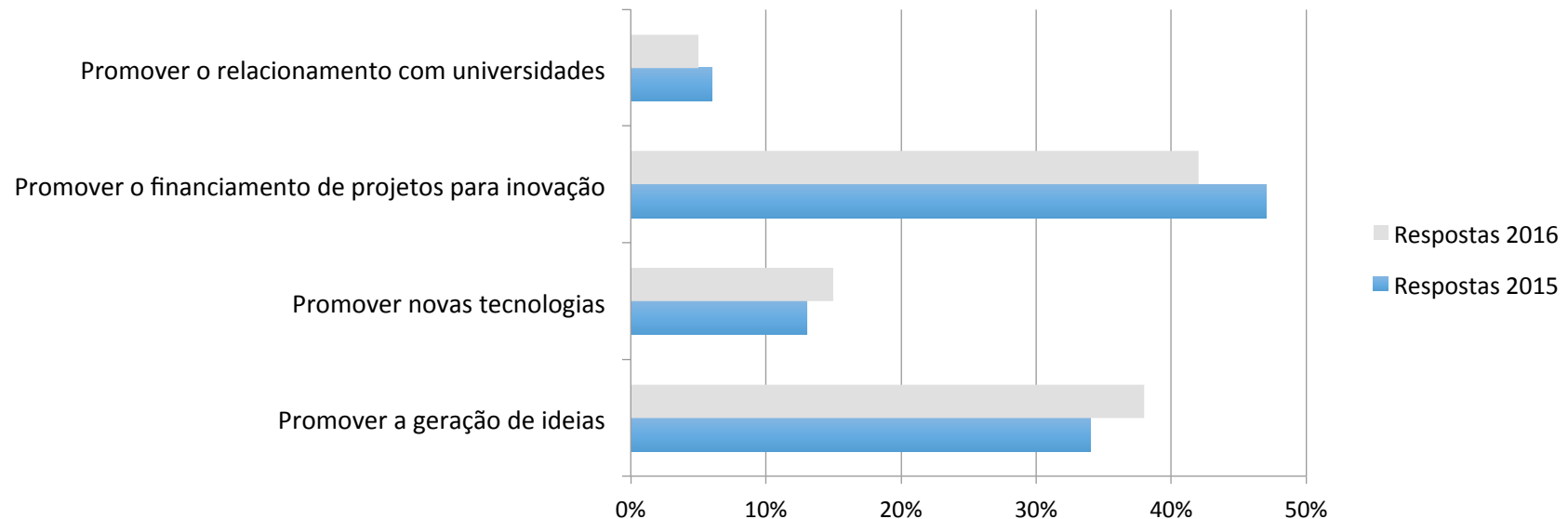
DESTAQUES

- As estratégias de inovação das empresas concentram-se em atrair startups e criar um ambiente para gerar ideias. Ambas estratégias têm recebido foco maior no ano de 2016.
- A terceira principal estratégia de inovação das empresas consiste em atrair e reter talentos tendo esta menos da metade da prioridade dada as duas destacadas acima.
- Atrair investidores para inovação foi a estratégia que apresentou maior queda na escala de prioridade entre 2015-2016.

PRÁTICAS DE INOVAÇÃO

A principal prática utilizada para inovar nas empresas avaliadas vem a ser a promoção e financiamento de projetos para inovação.

Quais as práticas sustentam a inovação na sua empresa?



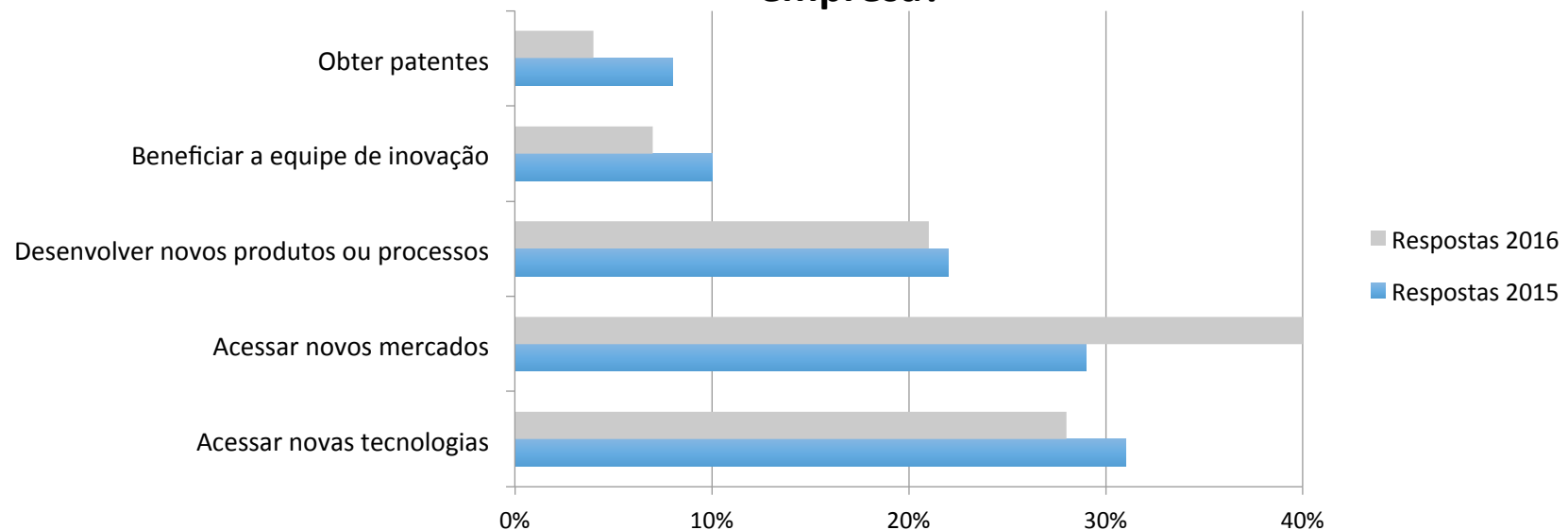
DESTAQUES

- A principal prática utilizada para se inovar nas empresas é promover o financiamento de projetos para inovação, sendo esta mais utilizada no ano de 2016 frente a 2015.
- Promover relacionamento com universidades vem a ser a prática menos utilizada para se inovar, utilizada em apenas 5% das práticas de inovação.

PACERIAS PARA INOVAÇÃO

Acesso a novos mercados é visto como a principal estratégia para se inovar por meio de parcerias.

Quais parcerias são consideradas estratégicas para a inovação na sua empresa?



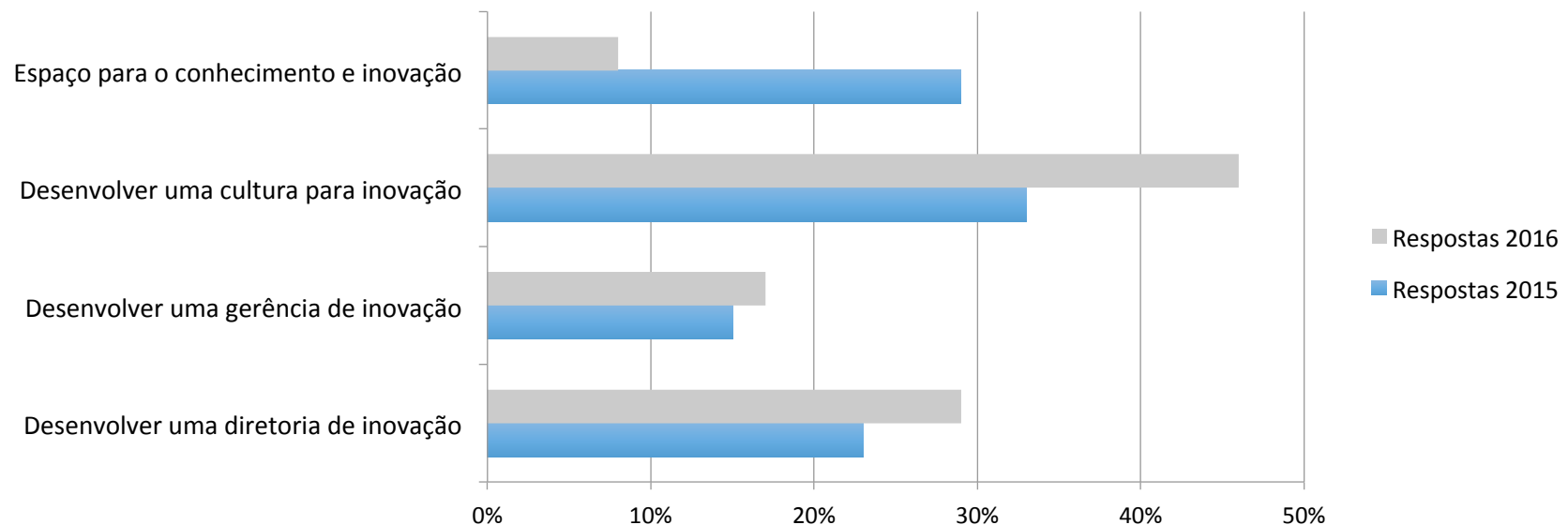
DESTAQUES

- Parcerias que promovam acesso a novos mercados foram apontadas como as mais estratégicas para se inovar, apresentando um grande ganho de importância no ano de 2016.
- Em seguida temos acesso a novas tecnologias e o desenvolvimento de novos produtos e serviços como os principais objetivos na formação de parcerias avaliados com 28% e 21% de relevância.

IMPLEMENTAÇÃO DA INOVAÇÃO

Espaço para o conhecimento e inovação apresentou grande queda na importância dada pelas empresas sobre este instrumento.

Como a inovação é desdobrada a partir da estratégia?



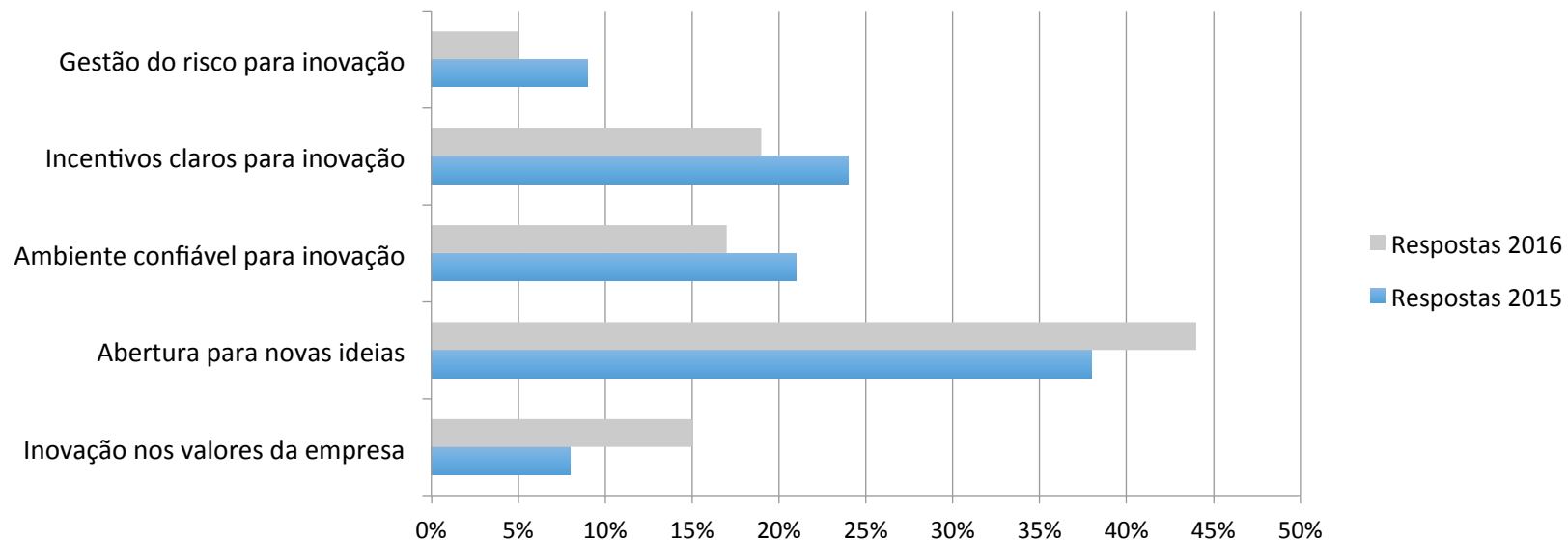
DESTAQUES

- Desenvolver uma cultura para inovação é o principal instrumento utilizado para fornecer as bases da inovação nas empresas avaliadas, tendo este fator recebido maior foco no ano de 2016.
- Espaço para o conhecimento e inovação que era visto como o segundo principal instrumento em 2015, em 2016 se encontra em último lugar dentre os analisados apresentando uma queda de prioridade na ordem de 73%.

CULTURA PARA INOVAÇÃO

Abertura a novas ideias é o principal valor para inovação para as empresas pesquisadas.

Quais as crenças e valores dominantes quanto a inovação na sua empresa?



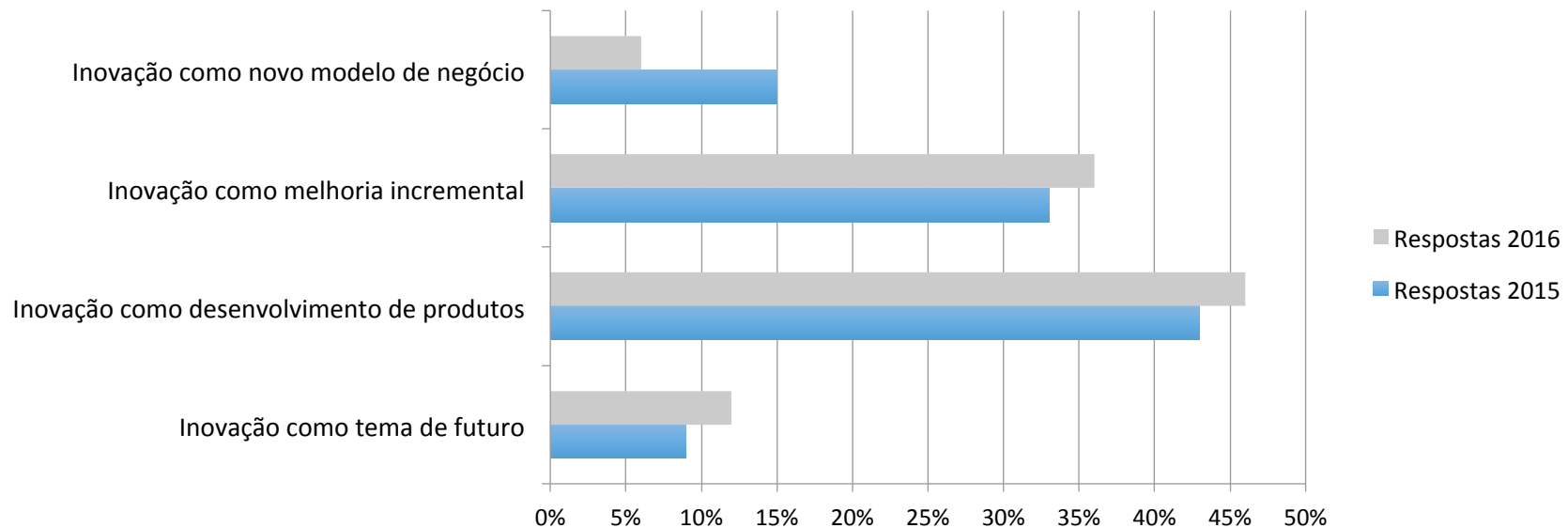
DESTAQUES

- Abertura para novas ideias se sobressai como o principal valor e crença para promoção da inovação interna.
- A gestão do risco para inovação é o fator menos dominante, apresentando queda durante o período analisado. Os demais fatores possuem prioridade semelhante variando de 15% a 20%.

CULTURA PARA INOVAÇÃO

A visão predominante da inovação nas empresas pesquisadas vem a ser a inovação incremental em detrimento da inovação radical e disruptiva.

Qual a visão predominante para a inovação?



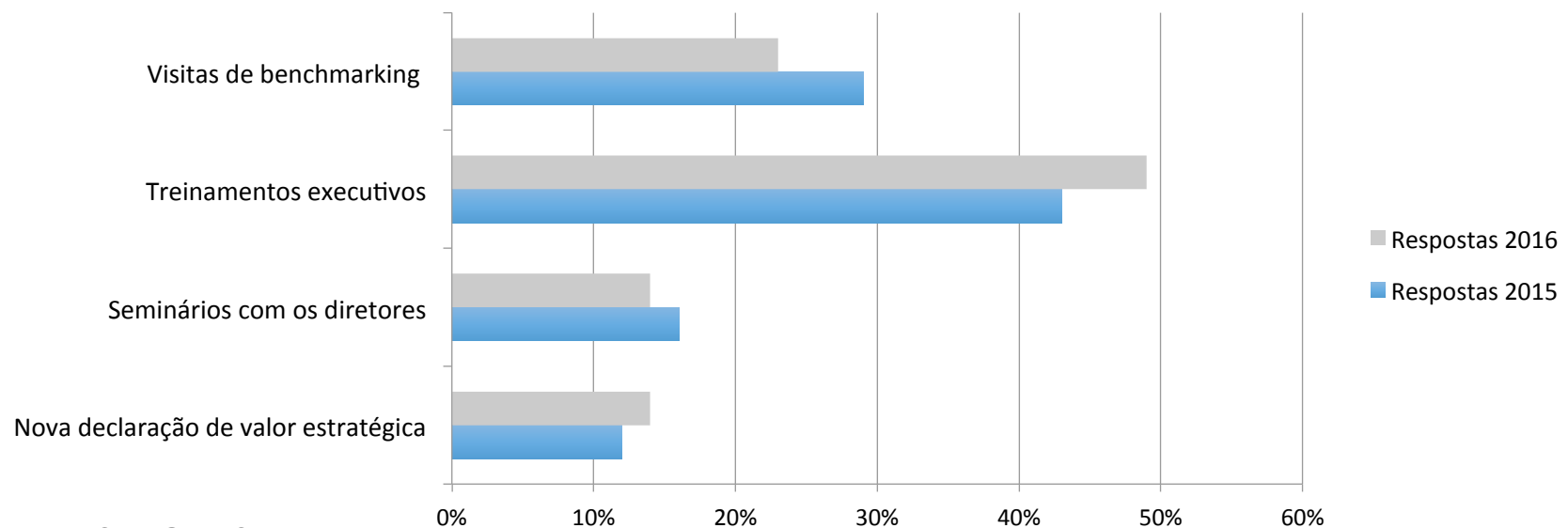
DESTAQUES

- A inovação é vista internamente nas empresas predominantemente como desenvolvimento de novos produtos e melhoria incremental.
- Inovação como modelo de negócio e como tema de futuro possuem pouca visibilidade interna, sendo estes fatores críticos para o bom desempenho do desenvolvimento de novos produtos.

CULTURA PARA INOVAÇÃO

O treinamento de executivos é o principal instrumento de fortalecimento de uma cultura de inovação nas empresas pesquisadas.

Como a cultura da inovação vem sendo trabalhada na sua empresa?



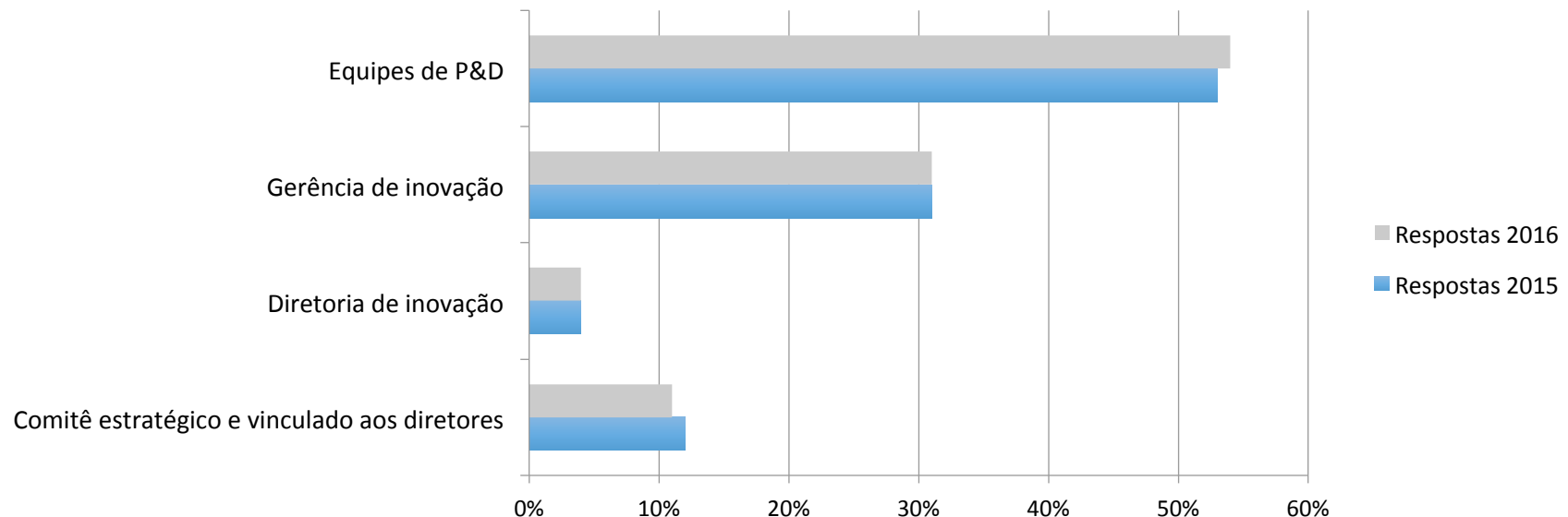
DESTAQUES

- A construção e desenvolvimento de uma cultura de inovação nas empresas tem se dado principalmente por meio de treinamentos a executivos, iniciativa que tem sido mais trabalhado no ano de 2016 frente a 2015.
- Visitas de benchmarking seguem como segundo maior instrumento de fortalecimento da cultura, porém este apresentou queda entre 2015-2016.

PROJETOS PARA INOVAÇÃO

Projetos de inovação são executados majoritariamente por equipes de P&D.

Como os projetos de inovação são executados na sua empresa?



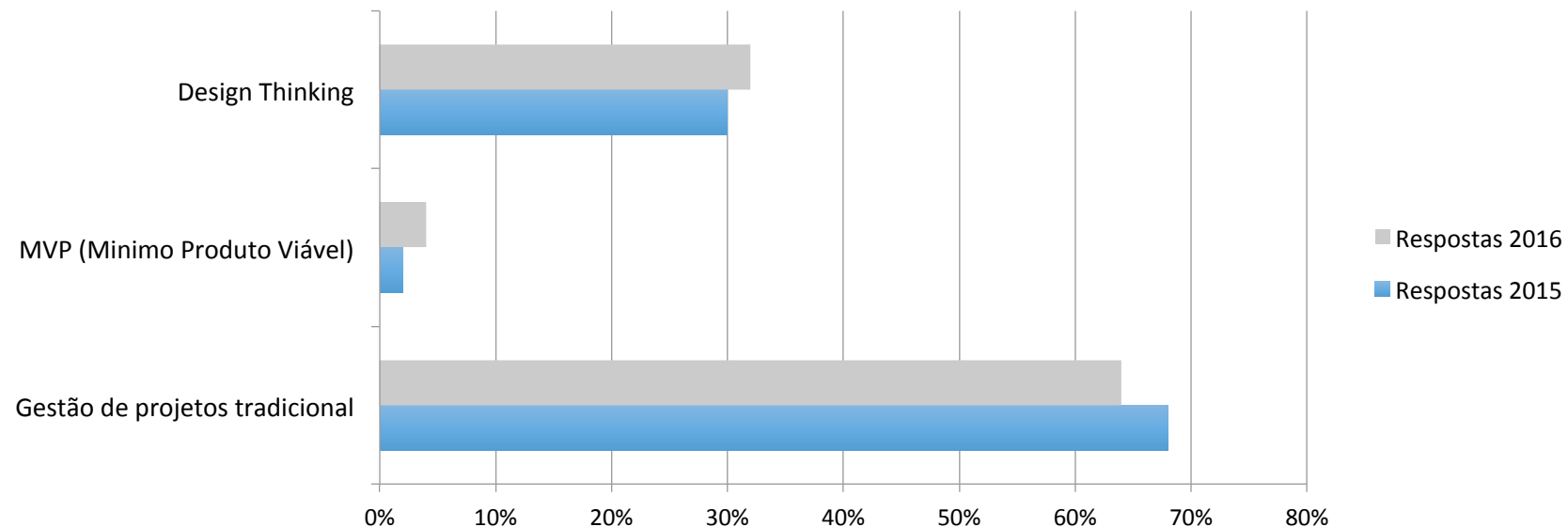
DESTAQUES

- Equipes de P&D correspondem por mais da metade do corpo técnico responsável pelo desenvolvimento de projetos de inovação.
- Gerencia de inovação é o segundo departamento que mais desenvolve projetos de inovação, executando 31% dos projetos.

PROJETOS PARA INOVAÇÃO

A gestão de projetos de inovação é muito pautada em metodologias de gestão tradicionais.

Quais metodologias são utilizadas para avaliar os projetos de inovação na sua empresa?



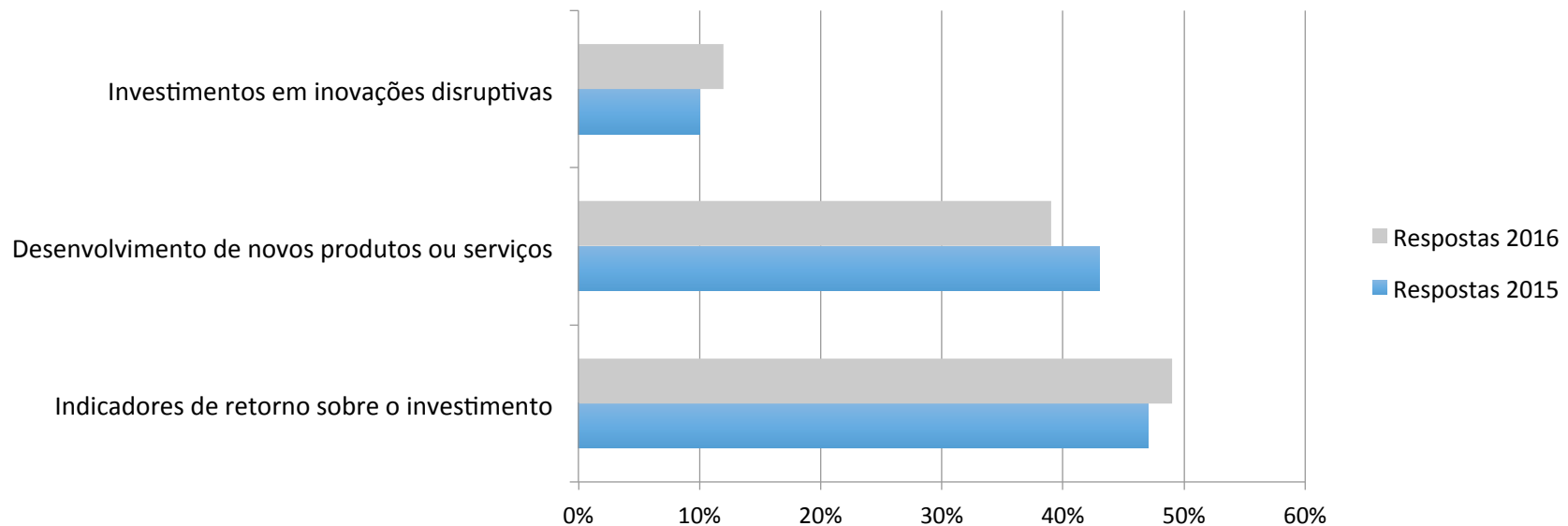
DESTAQUES

- A gestão de projetos de inovação é feita por meio de metodologias de gestão de projetos tradicionais em 64% dos casos.
- *Design Thinking* também é uma metodologia muito utilizada pelas empresas, compondo 32% dos projetos.
- Práticas de MVP são muito raras.

PROJETOS PARA INOVAÇÃO

Métricas de retorno sobre investimento são os principais métodos de avaliação da inovação.

Como os projetos de inovação são avaliados?



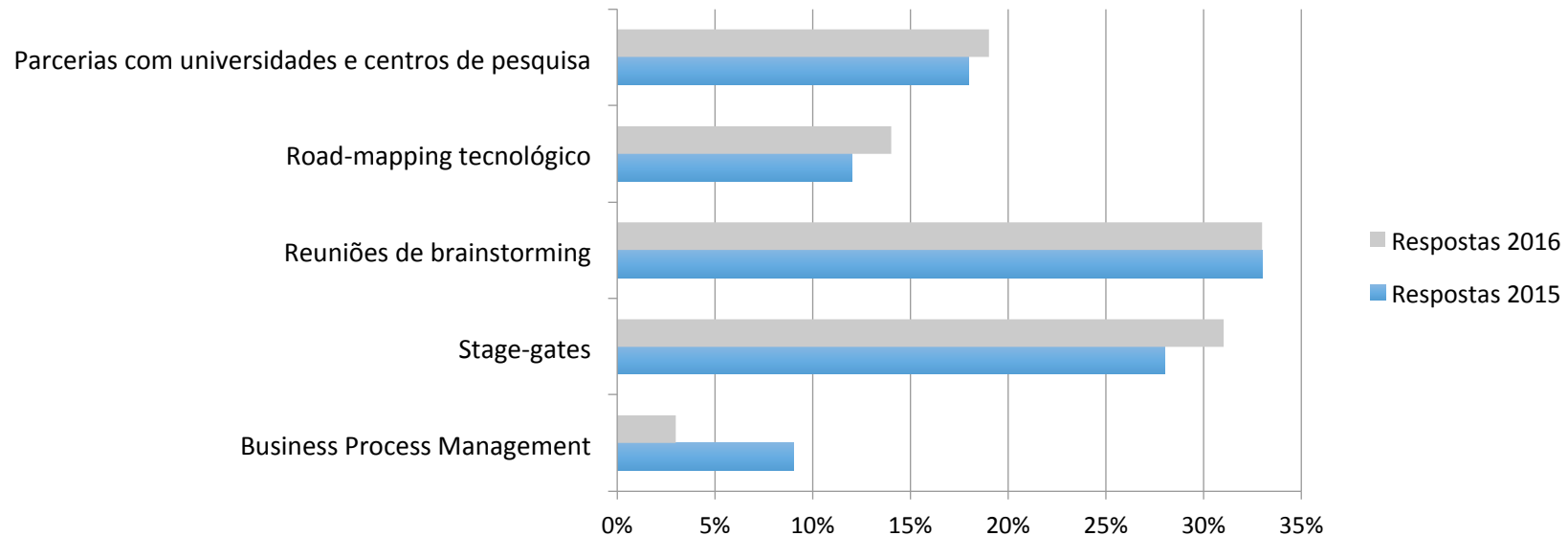
DESTAQUES

- Métricas de retorno sobre o investimento são as principais métricas utilizadas para avaliar a eficiência da inovação.
- Métricas de desenvolvimento de novos produtos e serviços (dinheiro novo) possuem também grande representatividade, sendo estas utilizadas em 32% dos casos.

PROCESSOS DE INOVAÇÃO

As metodologias de gestão de processos são variáveis com destaque para *Stage-gates* e reuniões de brainstorming

Quais metodologias para a gestão do processo de inovação são utilizadas na sua empresa?



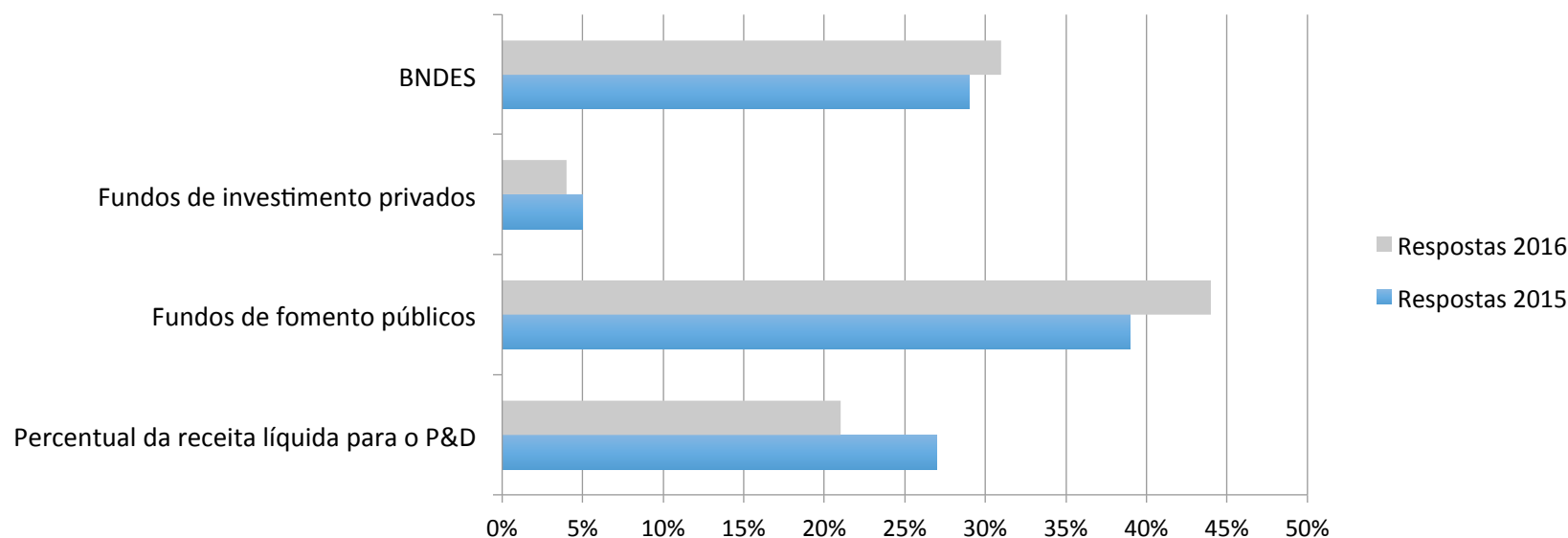
DESTAQUES

- Quatro das cinco metodologias avaliadas são bastante utilizadas para gestão do processo de inovação.
- *Stage-gates* e brainstorming são as metodologias mais empregadas, utilizadas em cerca de 30% dos casos cada.

RECURSOS PARA INOVAÇÃO

Maior parte dos recursos para inovação nas empresas se originam de fontes de financiamento públicas

Qual a origem dos recursos para inovação na sua empresa?



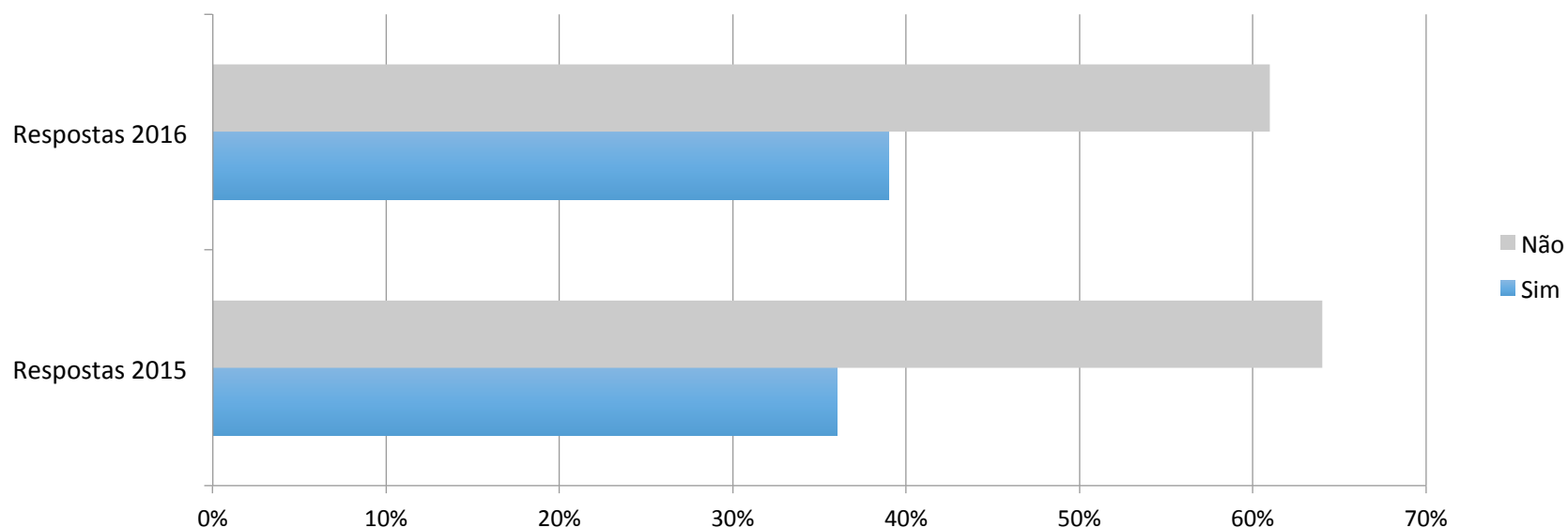
DESTAQUES

- Fundos de fomento públicos são a principal fonte de recursos para a inovação correspondendo a 44% dos recursos.
- BNDES é a segunda maior fonte respondendo por 31% dos recursos.
- Receita líquida investida em P&D representa apenas 21% dos recursos para inovação.

AMBIÊNTE ECONÔMICO E INOVAÇÃO

Segundo as empresas pesquisadas, as empresas brasileiras não são inovadoras.

As empresas brasileiras poderiam ser consideradas inovadoras?



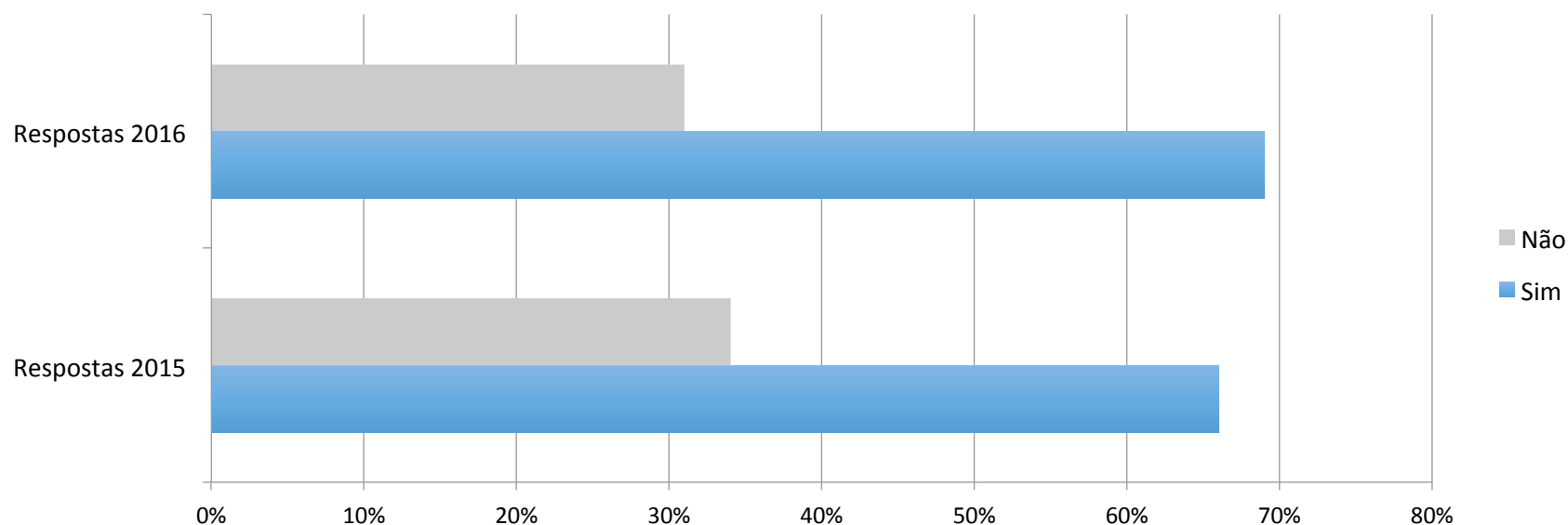
DESTAQUES

- Conforme os resultados acima, a maior parte das empresas brasileiras não são inovadoras.
- Os resultados sugerem uma ligeira melhora entre 2015-2016 com uma percepção mais otimista dos executivos quanto a inovação nas empresas com uma porcentagem maior de “sim”.

AMBIÊNTE ECONÔMICO E INOVAÇÃO

Para as empresas pesquisadas a inovação é um instrumento para o ganho de produtividade.

A inovação poderia ser vinculada a ganhos de produtividade na sua empresa?



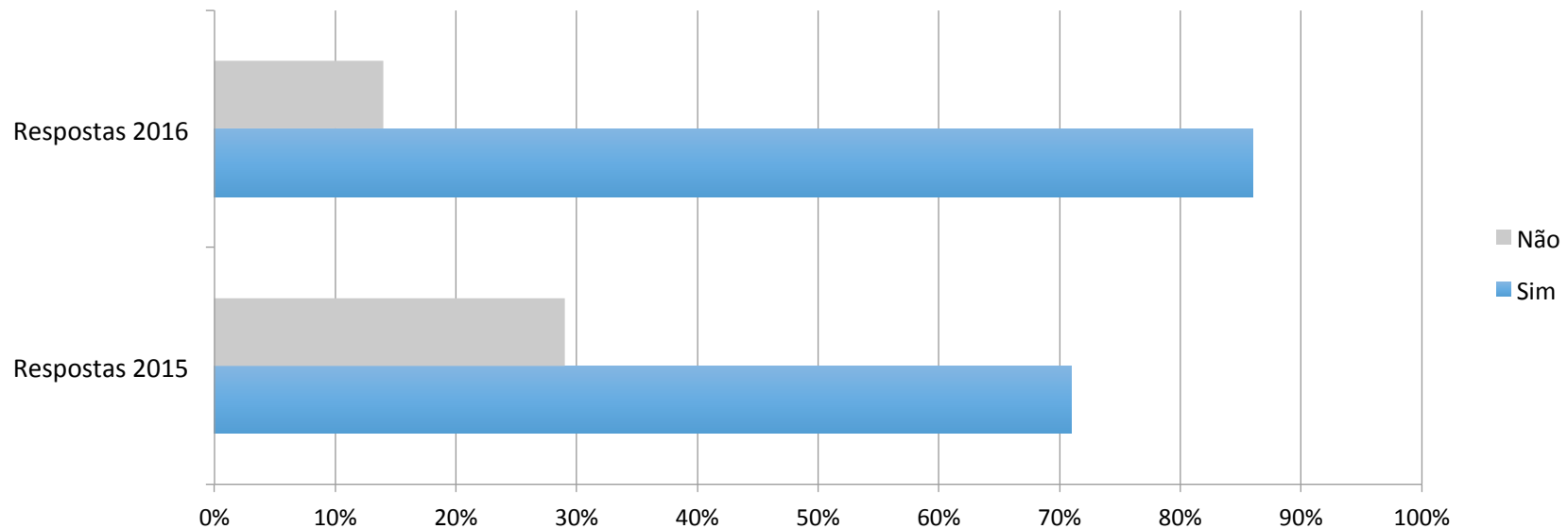
DESTAQUES

- Para 69% dos entrevistados a inovação vem a ser uma fonte para o ganho de produtividade.
- A proporção de "sim" foi superior em 2016 que sugere um potencial maior da inovação.

AMBIÊNTE ECONÔMICO E INOVAÇÃO

O ambiente econômico brasileiro teve consequências negativas sobre a inovação para a grande maioria das empresas pesquisadas.

A inovação foi impactada pela atual conjuntura econômica brasileira na sua empresa?



DESTAQUES

- Percebe-se grande impacto da conjuntura brasileira atual para inovação nas empresa, de modo que 86% das empresas foram afetadas.
- O impacto foi maior em 2016, tal fator pode ter se dado via agravamento do cenário político econômico nacional.

CONCLUSÕES

- Percebe-se um grande comprometimento com a inovação nas empresas pesquisadas, com destaque para a alta gerência. Porém a inovação nestas empresas tem se pautado em uma estratégia mais conservadora com foco sobre produtividade e inovações incrementais.
- O desdobramento da estratégia de inovação nas empresas se dá majoritariamente por meio do desenvolvimento e fortalecimento de uma cultura de inovação, contendo como principal objetivo estratégico o processo de geração de ideias.
- A materialização da inovação nas empresas, se dá principalmente por meio do fomento a projetos de inovação. A gestão destes projetos está de acordo com a estratégia mais conservadora observada, possuindo metodologias de gestão e avaliação convencionais. Porém, caso as empresas definam que é preciso adotar uma estratégia mais agressiva, tais metodologias precisarão ser revistas.
- Por outro lado a atração de startups e parcerias que forneçam acesso a novos mercados foram estratégias prioritárias segundo os resultados apresentados, mostrando a preocupação das empresas com inovações de mercado e o olhar para fora.
- O impacto do quadro econômico atual sobre a inovação vem a ser um ponto preocupante, uma vez que a descontinuidade da inovação interna tem implicações negativas, além do fato de que a inovação é um forte instrumento para a reversão de crises.

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

FUNDAÇÃO DOM CABRAL



DESENVOLVIMENTO DE EXECUTIVOS E EMPRESAS

Campus Aloysio Faria

Av. Princesa Diana, 760
Alphaville Lagoa dos Ingleses
34000-000 – Nova Lima (MG)

Campus Belo Horizonte

Rua Bernardo Guimarães, 3.071
Santo Agostinho
30140-083 – Belo Horizonte (MG)

Campus São Paulo

Av. Dr. Cardoso de Melo, 1.184
Vila Olímpia – 15º andar
04548-004 – São Paulo (SP)

Campus Rio de Janeiro

Av. Afranio de Melo Franco, 290
2º andar – Leblon
22430-060 – Rio de Janeiro (RJ)

atendimento@fdc.org.br

0800 941 9200

Associados em todo Brasil



• www.fdc.org.br •

