

Núcleo de Inovação e Empreendedorismo

PANORAMA DA INOVAÇÃO NO BRASIL

Edição 2018

FDC
Para ser relevante.



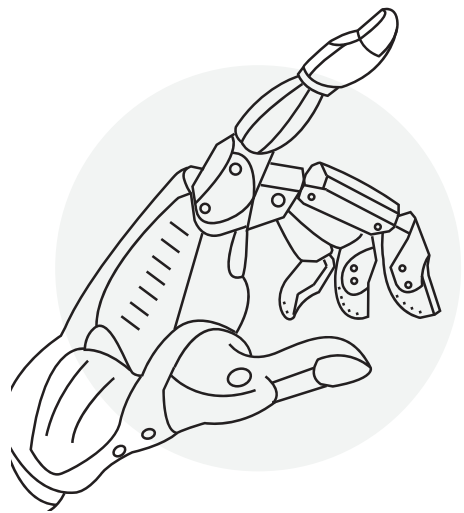
SOBRE OS AUTORES



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 e produtividade. Pós-Doutor em Simulação Empresarial pela Sauder School of Business – University of British Columbia – Canadá.



RODRIGO PENNA é Bolsista de Iniciação Científica da Fundação Dom Cabral, atuando no Núcleo de Inovação e Empreendedorismo. Estudante de Engenharia pelo CEFET-MG.



IGOR OLIVEIRA é Bolsista de Iniciação Científica da Fundação Dom Cabral, atuando no Núcleo de Inovação e Empreendedorismo. Estudante de Economia pela PUC-MG.

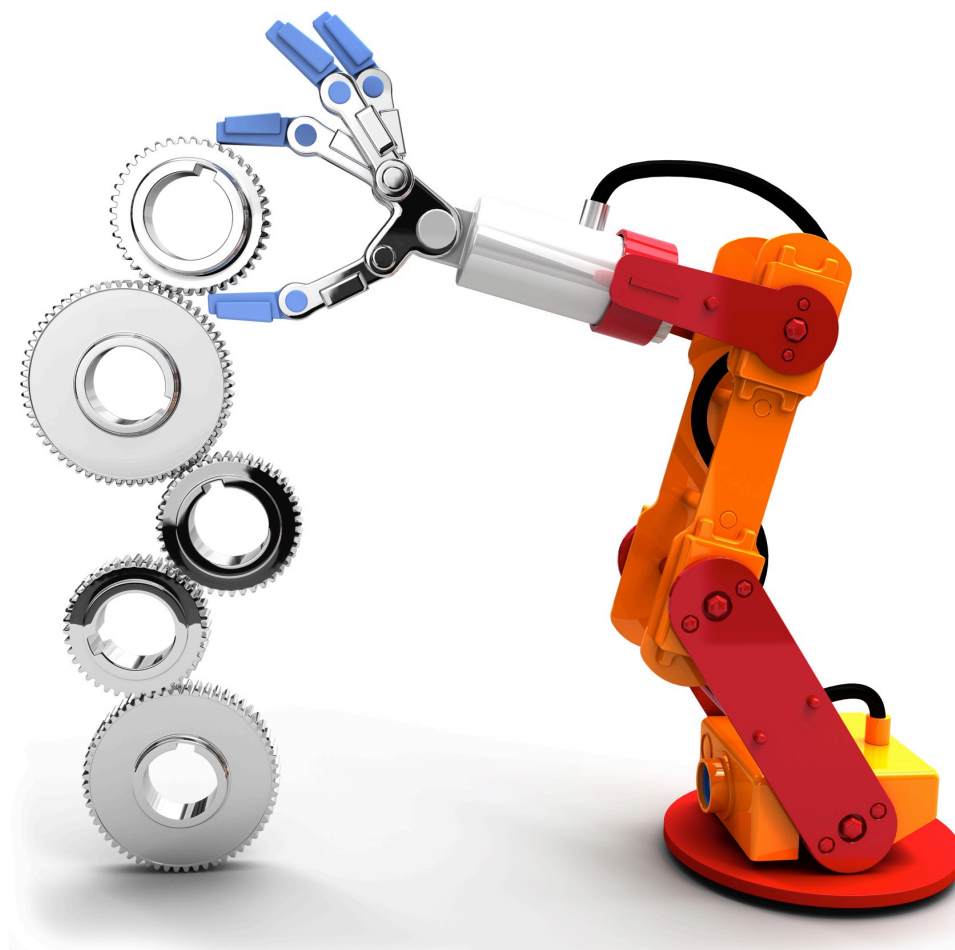


VISÃO GERAL DO RELATÓRIO

FDC

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 do Centro de Referência em Inovação Nacional (CRI Nacional), edição 2018. O objetivo envolve avaliar o estágio da inovação nas 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.





VISÃO GERAL DO RELATÓRIO

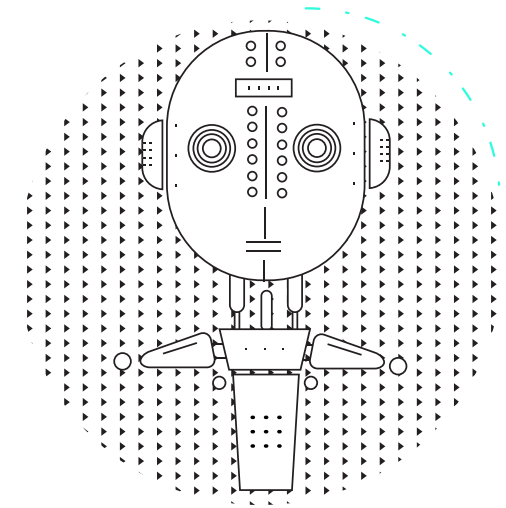


METODOLOGIA

A metodologia utilizada envolveu a adoção de um formulário de pesquisa com as empresas do CRI Nacional ao longo de 2018. Foram pesquisadas 21 (vinte e uma) empresas, com ampla relevância para a economia brasileira. No total, foram 62 (sessenta e dois) respondentes destas empresas. Finalmente, o processo de análise das respostas foi conduzida pela equipe de Professores do Núcleo de Inovação e Empreendedorismo da FDC, comparando os resultados obtidos entre os anos 2017 e 2018.

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.





VISÃO GERAL DO RELATÓRIO



SUA RELEVÂNCIA

O presente relatório é importante, pois permite analisar 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.





VISÃO GERAL DO RELATÓRIO



Empresas participantes do CRI Nacional



Figura 01
Empresas Participantes
do CRI Nacional em 2018

Fonte: FDC (2018)



VISÃO GERAL DO RELATÓRIO

Empresas apoiadoras do CRI Nacional



HEKIMA



«UNUMI



simplify

Insper



Figura 02
Empresas Apoiadoras do
CRI Nacional em 2018

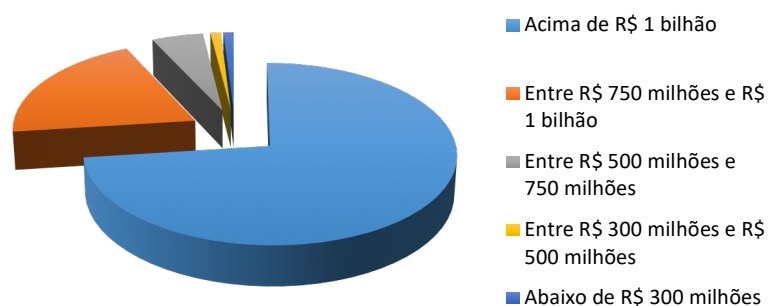
Fonte: FDC (2018)



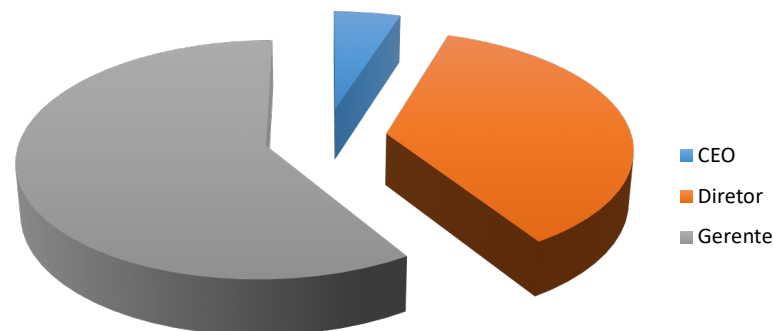
PERFIL DOS RESPONDENTES

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

FATURAMENTO DAS EMPRESAS RESPONDENTES



CARGO DOS RESPONDENTES



DESTAQUES

- A maioria das empresas pesquisadas possui faturamento acima de R\$ 1 bilhão, indicando a relevância para o ambiente econômico em que estão inseridas.
- Em relação ao cargo dos respondentes, houve grande participação de gerentes e diretores, sugerindo uma maior importância da inovação nas agendas destes executivos.

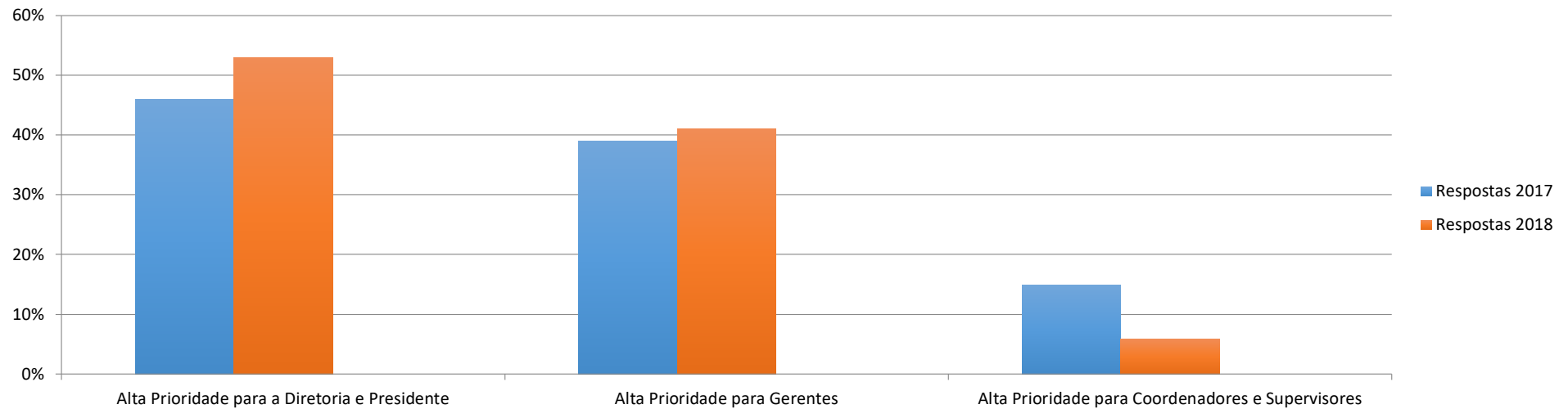


INOVAÇÃO COMO OPÇÃO ESTRATÉGICA



A inovação obteve maior prioridade na agenda dos diretores e presidentes das empresas pesquisadas, comparando os anos de 2017 e 2018.

QUAL A IMPORTÂNCIA DA INOVAÇÃO NA ESTRATÉGIA DA SUA EMPRESA?



DESTAQUES

- Os resultados da pesquisa em 2018 indicam um aumento da importância da inovação na agenda dos diretores e gerentes. Provavelmente, este resultado advém da necessidade por maior entendimento dos avanços relacionados aos avanços da transformação digital e das *startups*.

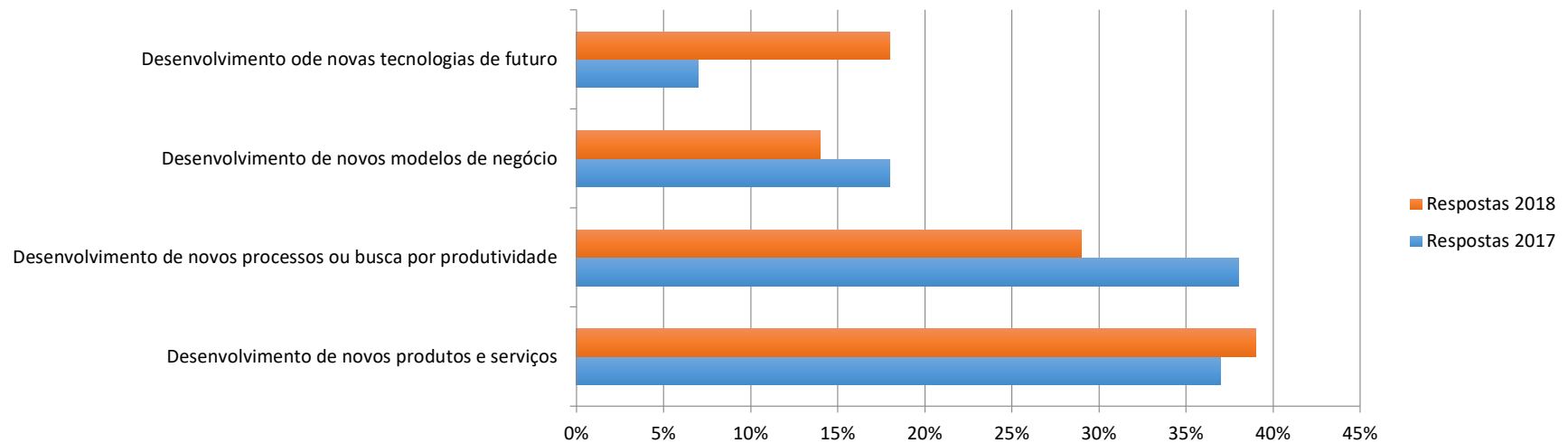


OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DA INOVAÇÃO



A inovação nas empresas é pautada majoritariamente no desenvolvimento de novos produtos e serviços.

O QUE DIRECIONA ESTRATEGICAMENTE A INOVAÇÃO NA SUA EMPRESA?



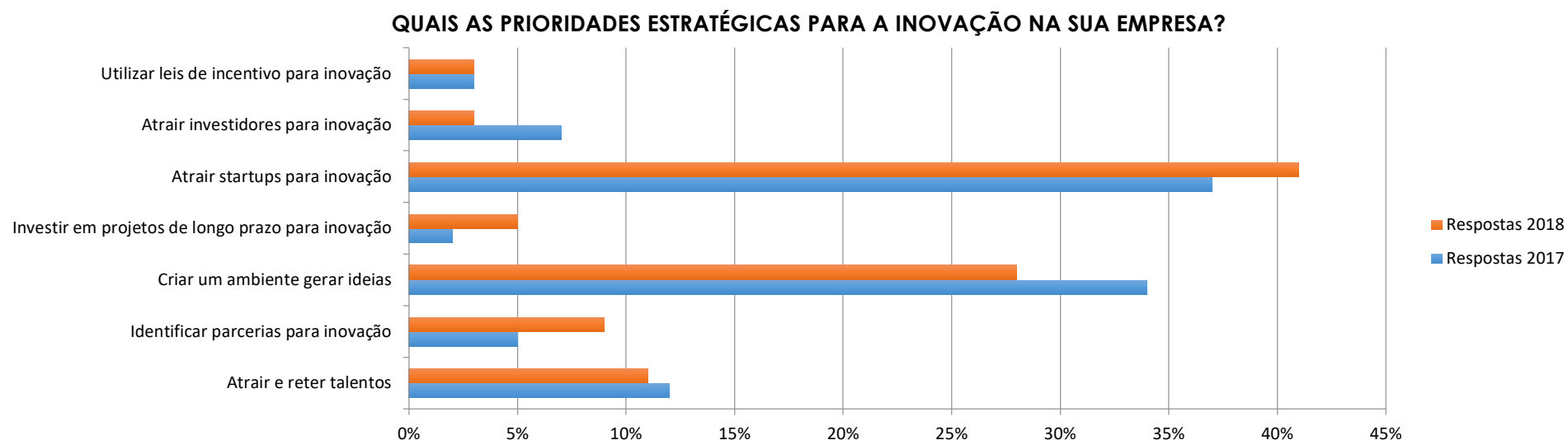
DESTAQUES

- O desenvolvimento de novos produtos e serviços é o maior direcionador para a inovação nas empresas pesquisadas. No entanto, destaca-se o crescimento da importância para o desenvolvimento de novas tecnologias de futuro, provavelmente relacionadas aos avanços da digitalização. Finalmente, a busca por ganhos de produtividade está na agenda estratégica dos entrevistados.



ESTRATÉGIA DE INOVAÇÃO

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



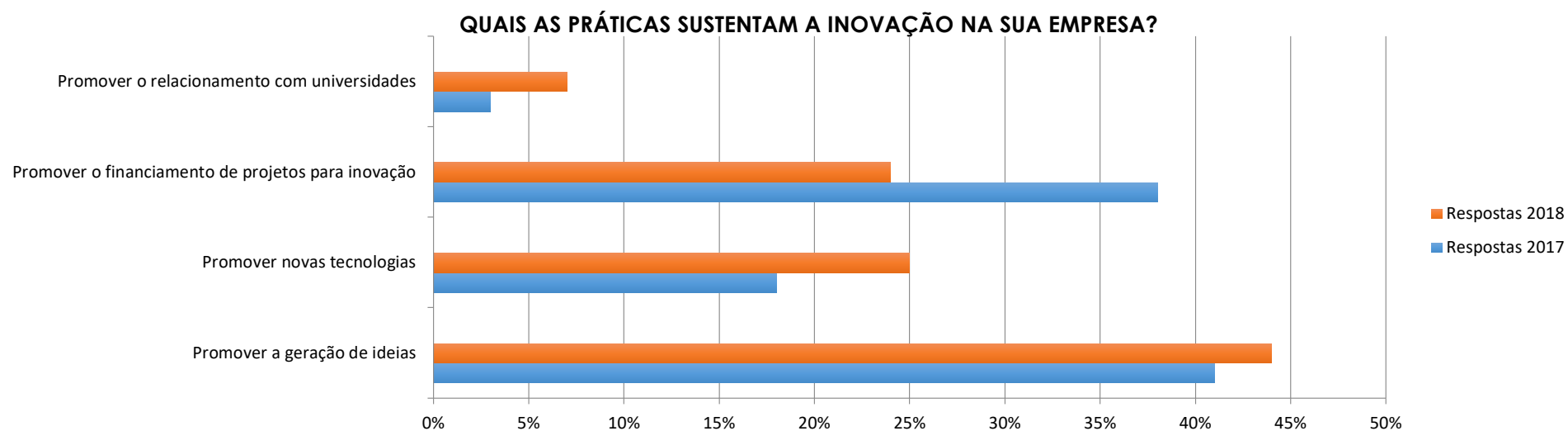
DESTAQUES

- Atrair startups, seguido de um ambiente favorável para novas ideias tem sido considerado prioritário pelas empresas, conforme os resultados da pesquisa em 2018. Este resultado indica a busca por novos conhecimentos, acesso as tecnologias de ponta e parcerias que estimulem uma nova proposta para o mercado. Outro item relevante percebido foi identificar parcerias para a inovação, possivelmente para o compartilhamento de conhecimentos e na solução de problemas.



PRÁTICAS DE INOVAÇÃO

A principal prática utilizada para inovar nas empresas avaliadas vem a ser a promoção de novas ideias.



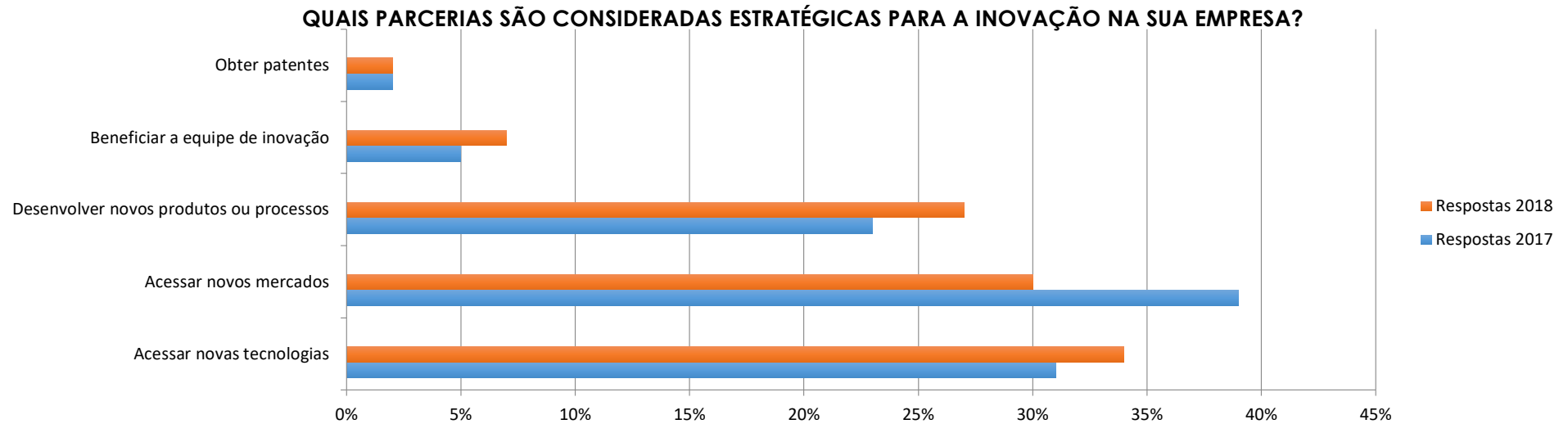
DESTAQUES

- Promover a geração de ideias é a prática com maior percepção de valor na sustentação da inovação nas empresas pesquisadas, seguido da busca por financiamento dos projetos de inovação.
- A busca pela promoção de novas tecnologias, considerando os avanços das soluções digitais tem sido considerado algo importante nas práticas das empresas pesquisadas.



PARCERIAS PARA INOVAÇÃO

Acessar novas tecnologias é visto como a principal estratégia para se inovar por meio de parcerias.



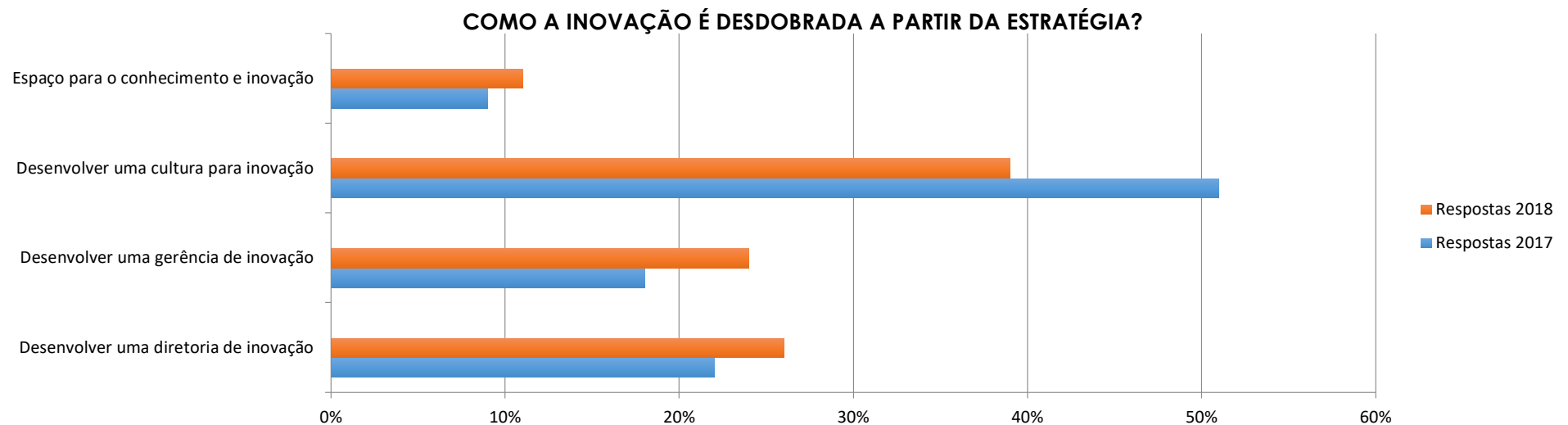
DESTAQUES

- Acessar novas tecnologias tem sido considerado um elemento importante na promoção de parcerias estratégicas para a inovação nas empresas pesquisas. Este resultado é importante, pois reflete o comportamento das empresas vis a vis os avanços das tecnologias digitais.



IMPLEMENTAÇÃO DA INOVAÇÃO

Desenvolver uma cultura de inovação, bem como ter gerências ou diretorias de inovação aparecem como temas importantes.



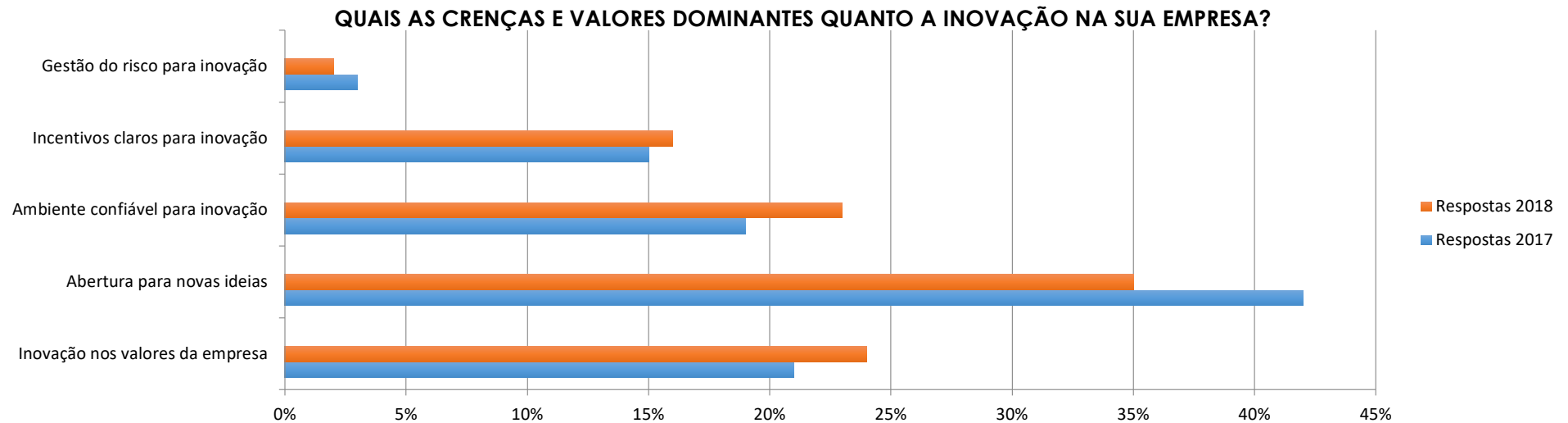
DESTAQUES

- A inovação é desdobrada a partir da estratégia, considerando a cultura das empresas como um elemento muito importante. No entanto, os resultados da pesquisa em 2018 indicam um aumento da relevância para o desenvolvimento de gerências ou diretorias de inovação, em busca de processos e resultados concretos desta prática empresarial.



CULTURA PARA INOVAÇÃO

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



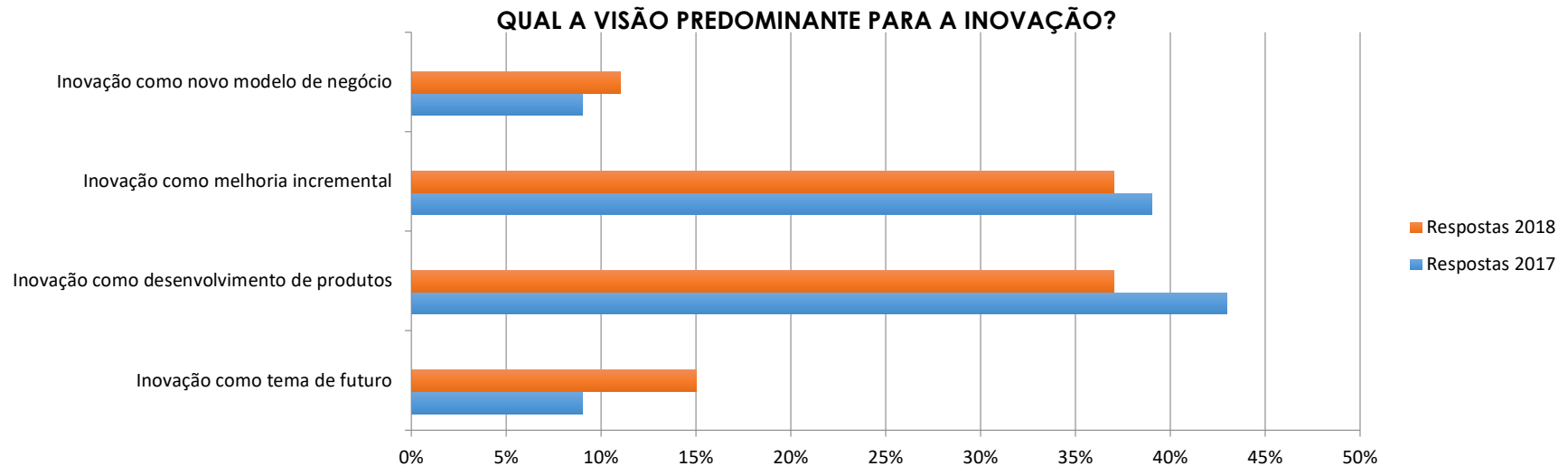
DESTAQUES

- A abertura para novas ideias é uma crença dominante percebida. Sugere-se uma possível busca por maior abertura pelas práticas de inovação, acompanhado da revisão de valores, de um ambiente confiável e incentivos. O destaque dos resultados em 2018 foi o aumento da ambiência para a inovação.



CULTURA PARA INOVAÇÃO

A visão predominante da inovação nas empresas pesquisadas vem a ser a inovação incremental. No entanto, sugere-se o crescimento da inovação como tema de futuro.



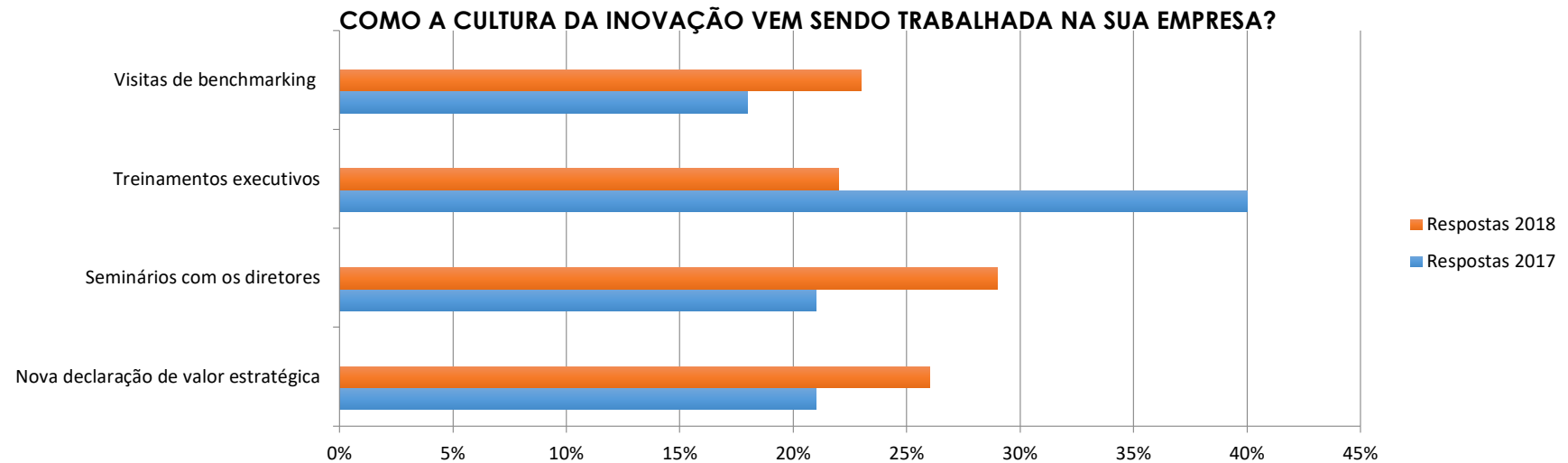
DESTAQUES

- Os resultados da pesquisa indicam uma predominância para a inovação incremental, isto é, foco em resultados de curto prazo e melhoria de projetos. Ao mesmo tempo, o desenvolvimento de produtos tem comportamento similar. Por outro lado, houve um crescimento para a inovação como um tema de futuro, quando comparados os resultados da pesquisa entre 2017 e 2018.



CULTURA PARA INOVAÇÃO

Houve uma mudança de percepção entre 2017 e 2018. Seminários com os diretores e uma nova declaração de valor estratégico tem sido mais importantes para uma nova cultura de inovação.



DESTAQUES

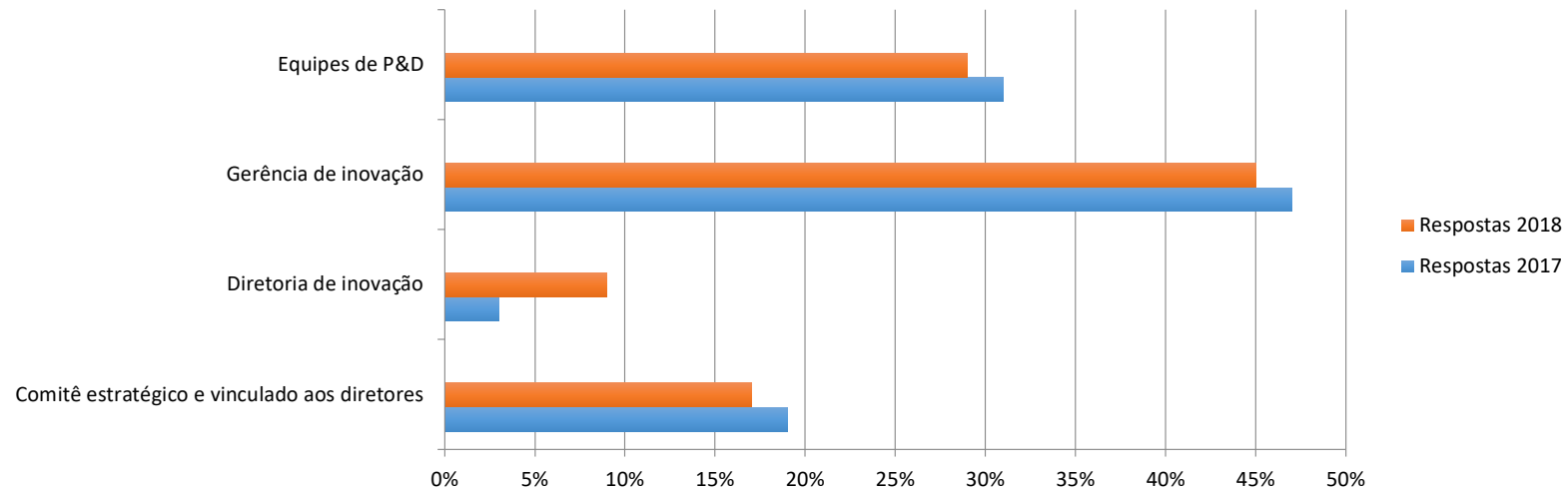
- Os resultados da pesquisa entre 2017 e 2018 são diferentes. Percebe-se que o desenvolvimento de seminários para os diretores e uma nova declaração de valor estratégico da inovação são mais importantes para os entrevistados.



PROJETOS PARA INOVAÇÃO

Projetos de inovação são executados majoritariamente por gerentes de inovação.

COMO OS PROJETOS DE INOVAÇÃO SÃO EXECUTADOS NA SUA EMPRESA?



DESTAQUES

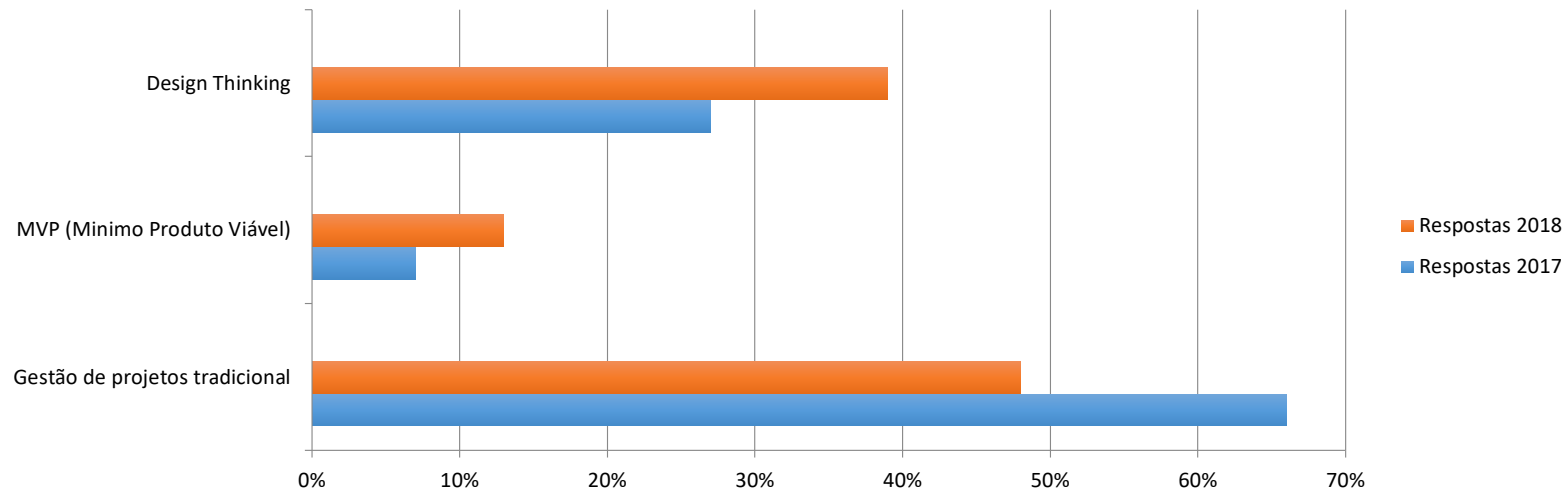
- Os resultados da pesquisa indicam mudanças nas estruturas de inovação das empresas pesquisadas. Sugere-se que os projetos de inovação tem sido executados por gerências de inovação, seguido por equipes de P&D. Este resultado indica uma possível maturidade da gestão da inovação e novos modelos organizacionais para este tema nas empresas pesquisadas.



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

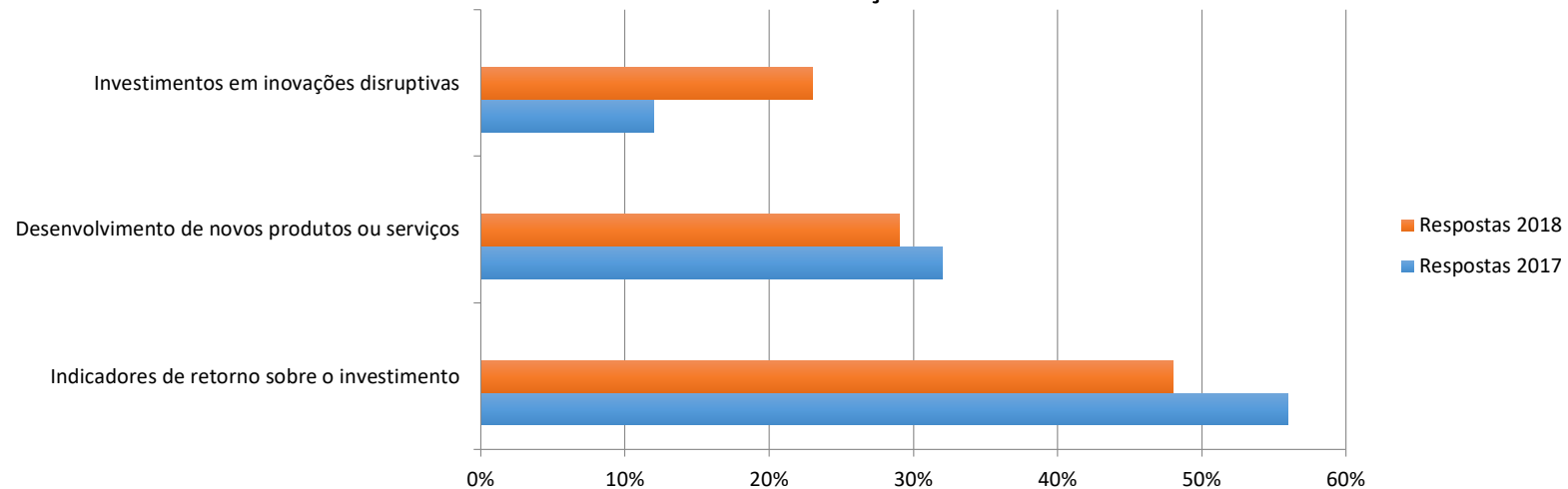
- A gestão de projetos tradicional é a principal metodologia para avaliar os projetos de inovação nas empresas. Provavelmente, este resultado indica a necessidade pela adoção de novas técnicas para os projetos de inovação, como *design thinking* e busca pela prototipação das ideias geradas, de forma mais ágil e eficiente.



PROJETOS PARA INOVAÇÃO

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

COMO OS PROJETOS DE INOVAÇÃO SÃO AVALIADOS?



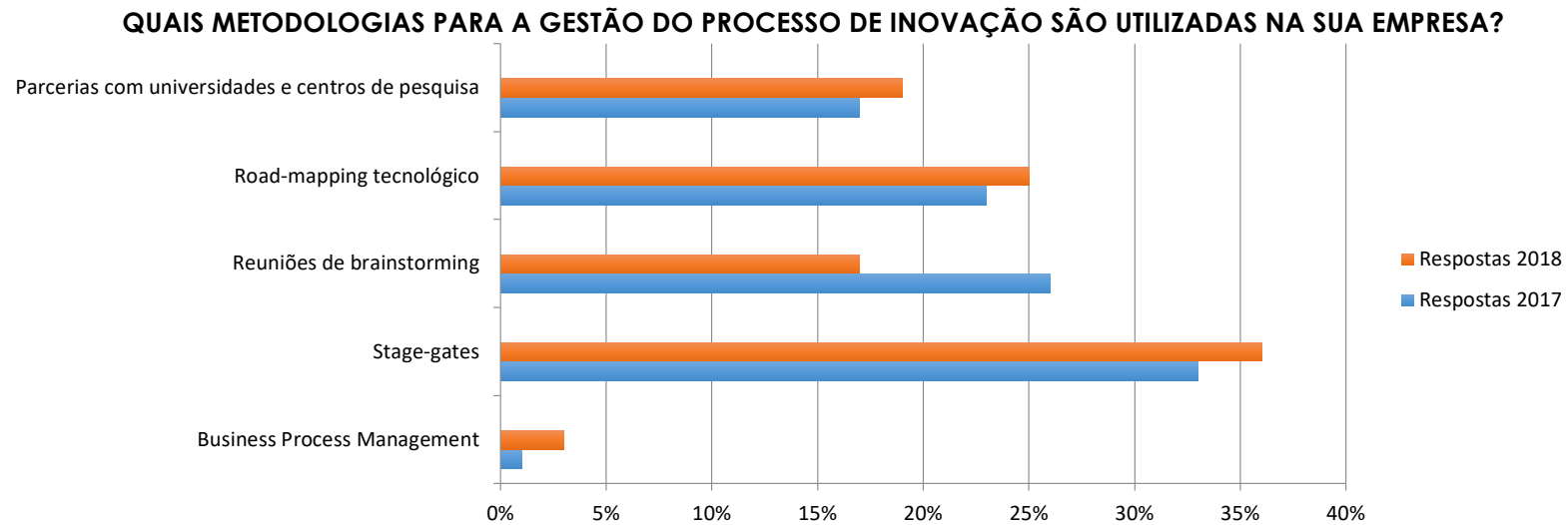
DESTAQUES

- Indicadores tradicionais de retorno sobre o investimento tem sido mais relevantes nas empresas pesquisadas. No entanto, seria necessário desvincular a inovação dos modelos financeiros usuais e buscar as práticas de investimentos de longo prazo, citando os modelos dos fundos de investimentos, destacando o *valuation* como exemplo.



PROCESSOS PARA INOVAÇÃO

As metodologias de gestão de processos de inovação são os tradicionais *Stage-gates* e *road-mapping* tecnológico.



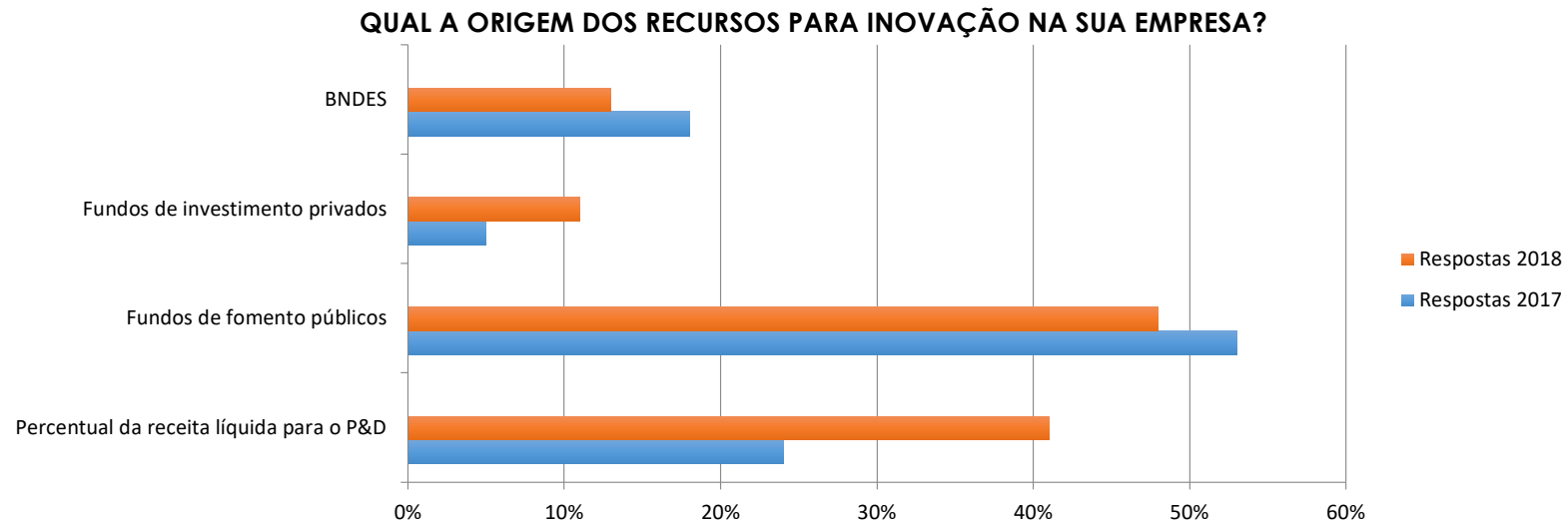
DESTAQUES

- Adotar a técnica dos *stage-gates* pode indicar o quanto os processos de inovação das empresas pesquisadas ainda estão em fase de desenvolvimento e demandando maior profundidade. Seguido desta técnica, o *road mapping* tecnológico destacou-se como outra metodologia importante.



RECURSOS PARA INOVAÇÃO

Maior parte dos recursos para inovação nas empresas advém das próprias empresas, seguido de fundos de fomento públicos.



DESTAQUES

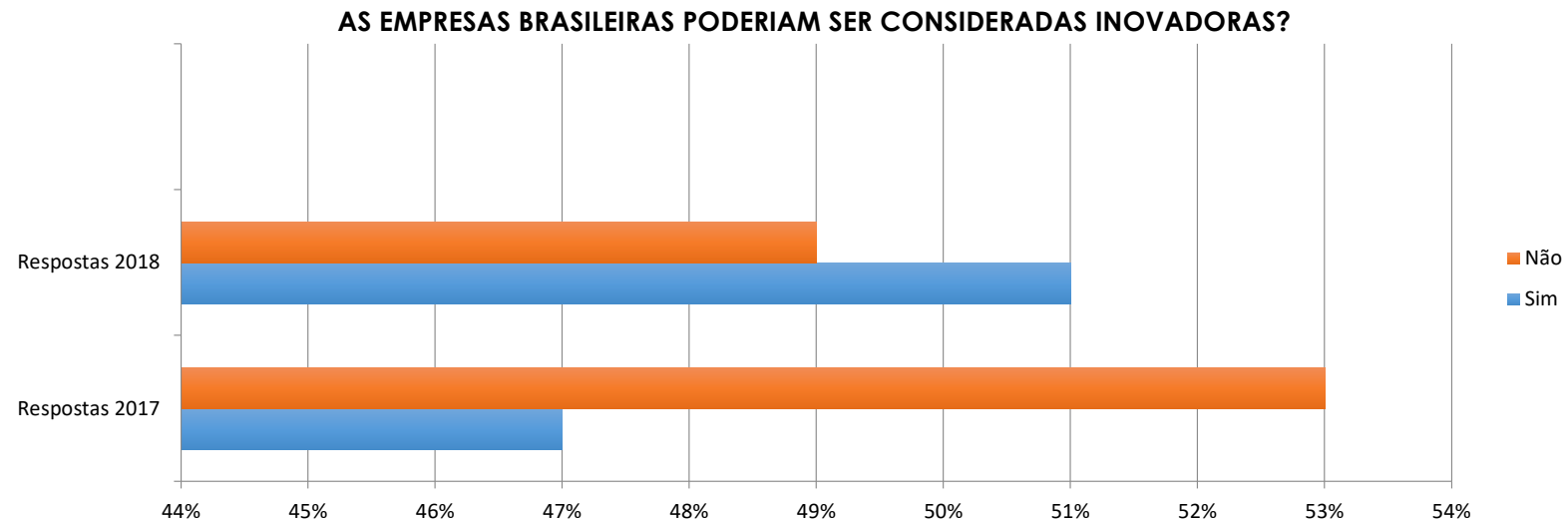
- Os resultados da pesquisa são diferentes entre os anos de 2017 e 2018. Neste ano, as empresas declararam utilizar grande parte dos recursos próprios para inovar, seguido de fundos de fomento públicos e BNDES.



AMBIENTE ECONÔMICO E INOVAÇÃO



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



DESTAQUES

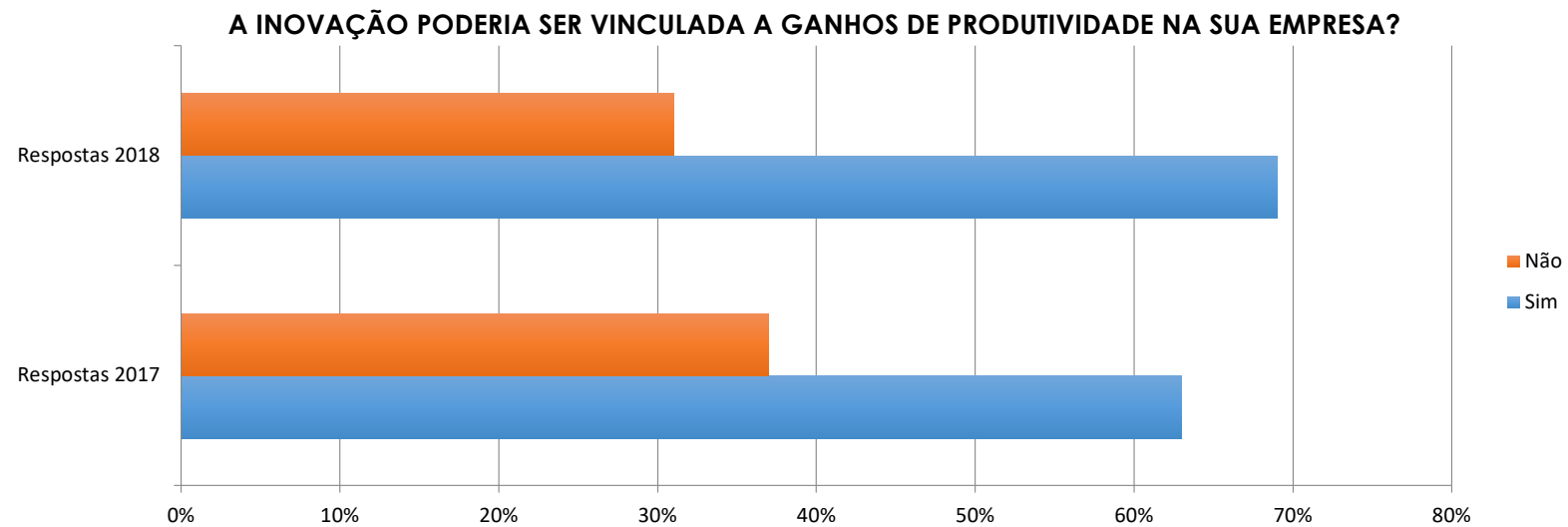
- As empresas brasileiras pesquisadas neste relatório consideram-se inovadoras, sendo um resultado diferente dos apresentados na edição de 2017 desta mesma pesquisa.



AMBIENTE ECONÔMICO E INOVAÇÃO



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



DESTAQUES

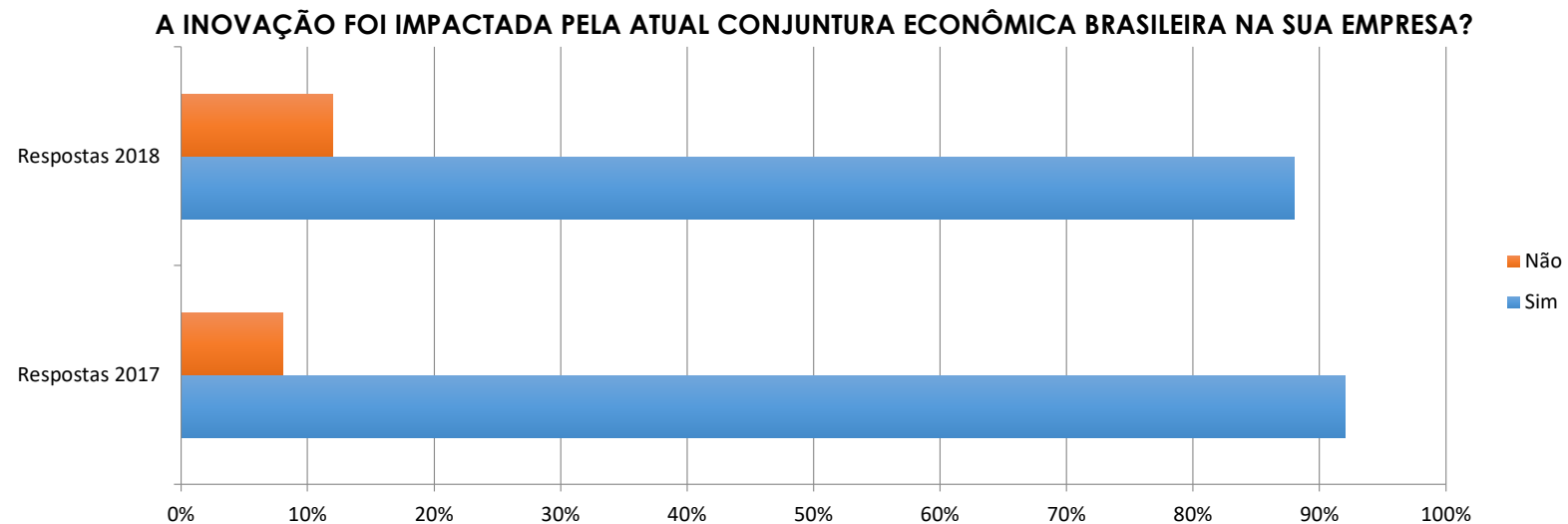
- Corroborando com outras perguntas desta pesquisa, as empresas sugerem que a inovação deveria trazer ganhos de produtividade, isto é, maior demanda por investimentos, conhecimentos de ponta e novas tecnologias.



AMBIENTE ECONÔMICO E INOVAÇÃO



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



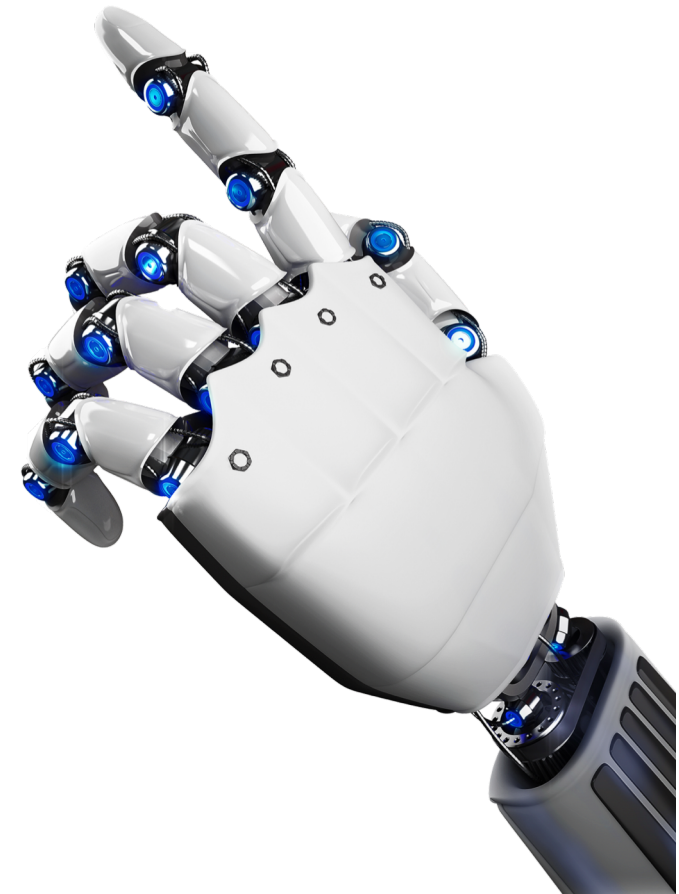
DESTAQUES

- A conjuntura econômica brasileira atual tem impactado de forma significativa as empresas brasileiras no que tange os investimentos em inovação. Os resultados da pesquisa em 2018 sugerem um impacto menor percebido do que em 2017. Este ano, as perspectivas quanto a retomada do crescimento e ganhos de produtividade ainda geram dúvidas para os investimentos de longo prazo, algo típico para a inovação.



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 com 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 EMPREENDEDORISMO 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.

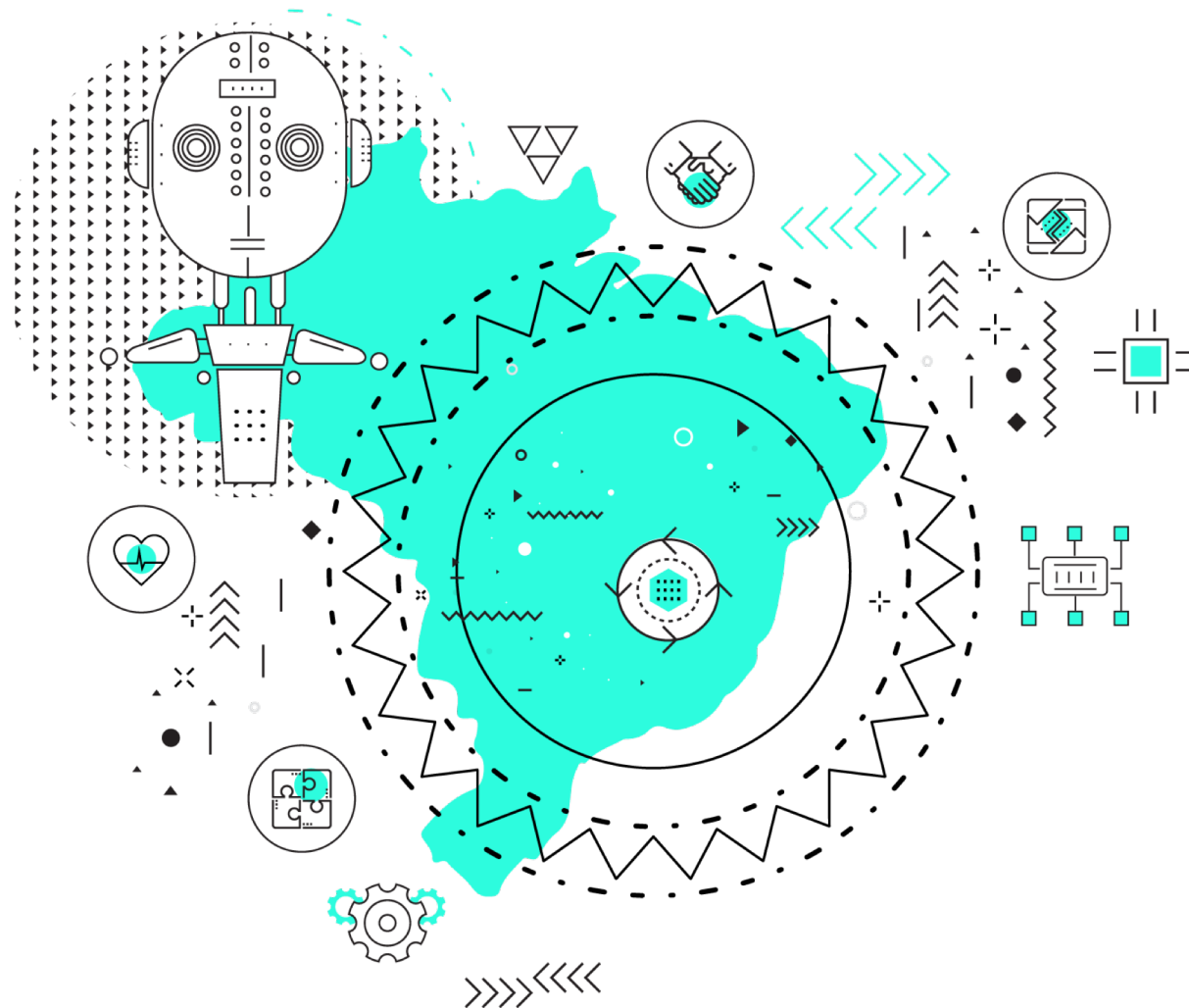
Maiores informações sobre as nossas práticas de inovação e como poderíamos ser úteis para a sua organização, acesse os links abaixo:



www.fdc.org.br/inovacao



hugo.tadeu@fdc.org.br



FDC

Para ser relevante.

CAMPUS ALOYSIO FARIA

Av. Princesa Diana, 760
Alphaville Lagoa dos Ingleses
34.018-006 – 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

Praia de Botafogo, 300 – 3º andar
Botafogo
22250-040 – Rio de Janeiro (RJ)

ASSOCIADOS REGIONAIS

A FDC trabalha em parceria com associados regionais em todo o Brasil. Consulte o associado mais próximo à sua região.