



UFPEL

Inovação e empreendedorismo no século XXI: o papel das universidades e do conhecimento organizacional

**Prof. Dr. Alisson Eduardo Maehler
Prof. Adjunto, Departamento de Administração, UFPel**

Introdução

- ▶ Mercado atual marcado por alta competitividade, destacando-se o **empreendedorismo e a inovação**;
- ▶ Papel estratégico do conhecimento organizacional;
- ▶ As **ideias** e a **criatividade** passam a valer mais do que os ativos físicos;
- ▶ Economia criativa e economia do compartilhamento.

Marcas mais valiosas do mundo

Brand Finance Global 500 2017						
2017	2016	Logo	Marca	País	Valor 2017 (em US\$ bilhões)	Valor 2016 (em US\$ bilhões)
1	2		Google		109,470	88,173
2	1		Apple		107,141	145,918
3	3		Amazon.com		106,396	69,642
4	6		AT&T		87,016	59,904
5	4		Microsoft		76,265	67,258
6	7		Samsung Group		66,219	58,619
7	5		Verizon		65,875	63,116
8	8		Walmart		62,211	53,657
9	17		Facebook		61,998	34,002
10	13		ICBC		47,832	36,334

Fonte: Brand Finance

PPG COMP3

e no Brasil...

Top 10 das marcas mais valiosas do Brasil 2017 (em milhões de dólares)

#	Brand	2016	2017	Variação
1	Skol	6,743	8,146	21%
2	Bradesco	1,920	4,438	131%
3	Brahma	3,269	4,385	34%
4	Itaú	1,875	4,359	133%
5	Globo (*)		4,123	
6	Antarctica	1,383	2,854	106%
7	Sadia	2,010	1,884	-6%
8	Bohemia	1,153	1,570	36%
9	Natura	826	1,256	52%
10	Ypê (*)		1,132	

Fonte: Revista Exame

Cervejas e bancos...



**Valendo quase 1
trilhão de dólares
(valor de mercado)!**

Ou a gente inova no Brasil, ou
vamos vender soja e
cerveja!!!

O papel da inovação e do conhecimento

- ▶ Crescimento da visão estratégica de inovação no **desenvolvimento econômico e empresarial**;
- ▶ Participação da universidade no desenvolvimento da economia (Etzkowitz, 1995; 2004);
- ▶ Conceito de “**Universidade Empreendedora**”. (Etzkowitz, 2004)”.
- ▶ Importância das MPE's na economia. São 80% da força de trabalho e 98% das empresas (Sebrae).

- Manual de Oslo (1997):
 - “A implementação de um **produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas**”.
 - Deve ser aceito pelo mercado!

Fontes de conhecimento para inovação

Fontes internas

- Desenvolvimento de produtos;
- Melhorias incrementais;
- Pesquisa e Desenvolvimento;
- Equipes de melhorias

Fontes externas

- Aquisição de informações;
- Contratação de consultorias;
- Obtenção de licenças de fabricação;
- Compra de tecnologias em máquinas e equipamento.

O triangulo de Sábatas nas relações U-E

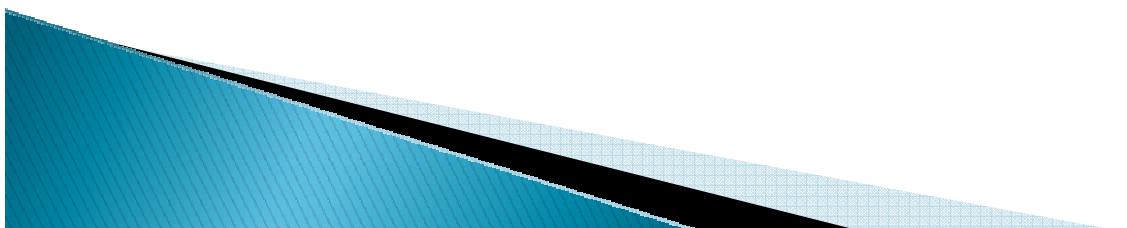
Busca criar um sistema de inovação

Governo como indutor e intermediário na inovação das empresas



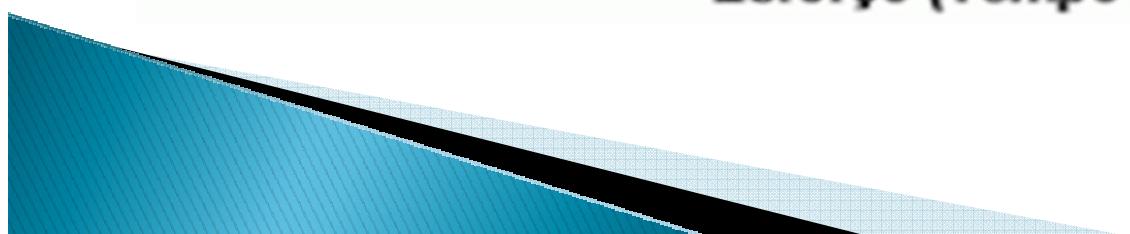
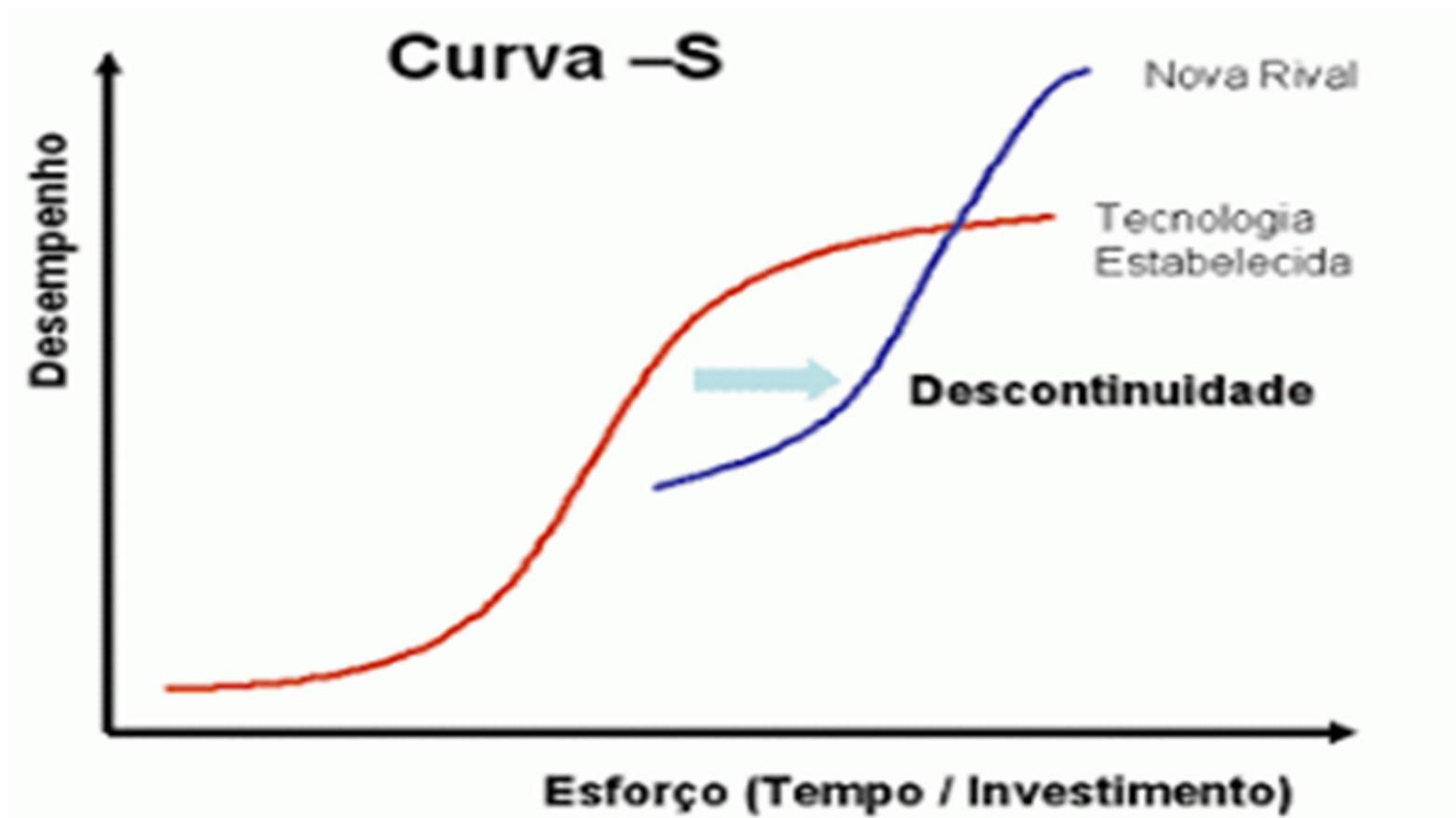
Fontes de inovação na indústria brasileira

- ▶ Com base em dados da PINTEC – IBGE, as fontes tecnológicas para inovação são (TIGRE, 2014):
 1. Aquisição de máquinas e equipamentos;
 2. Treinamento;
 3. Projetos industriais.
 4. Introdução de inovações tecnológicas;
 5. Aquisição de softwares;
 6. Atividades internas de P&D;
 7. Aquisição de outros conhecimentos externos;
 8. Aquisição externa de P&D;



- ▶ Investimentos de 0,6% da receita líquida em 2000 e de 0,8% em 2008;
 - ▶ Atividades concentradas em grandes empresas e instituições especializadas;
 - ▶ Nas pequenas empresas as atividades inovadoras vem aumentando (cooperação);
 - ▶ Apenas 7,2% das empresas inovadoras depositaram pedidos de patentes em 2008;
- ▶ Dificuldades em relação à qualificação da M.O.

A curva S da inovação



A inovação tecnológica

- ▶ Para a CAPES, a pesquisa científica, tecnológica e a inovação são hoje componentes fundamentais de uma presença **atuante e autônoma** como nação, e da **agregação de valor a produtos e processos**;
- ▶ Papel do desenvolvimento científico e tecnológico: fator determinante na geração de renda e na promoção de bem-estar social;
- ▶ Saída para evitar a competição de preços.

Situação do Brasil

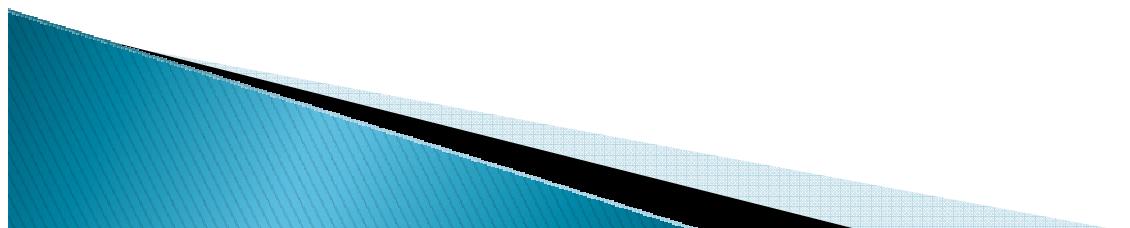
- ▶ Alguns setores são altamente avançados e inovadores (petróleo, aviação, agricultura, siderurgia);
- ▶ Muitos setores ainda apresentam problemas;
- ▶ Importação de tecnologia e de conhecimento;
- ▶ Falta de “cultura de inovação”;
- ▶ **Distanciamento entre a academia e as empresas;**
- ▶ Pesquisa pouco aplicada.

Causas para este atraso

- Baixos investimentos públicos e privados em P&D;
- Instabilidade das políticas públicas para esta área;
- Falta de políticas industriais e de **planos de longo prazo (Catar visão 2030!);**
- Inovação possui muitos riscos, especialmente de **aceitação;**

Risco de não inovar

- ▶ Obsolescência dos produtos e serviços;
- ▶ Diminuição da rentabilidade;
- ▶ Perda de competitividade;
- ▶ Perda de posição no mercado;
- ▶ Perda de oportunidades;
- ▶ Perda de imagem;
- ▶ Redução do ciclo de vida do produto.



- ▶ O investimento em ciência e tecnologia no Brasil é muito baixo, cerca de **1.28%**, países ricos **2.3%** (CNI, 2017);
- ▶ 69º lugar no ranking de inovação global, entre 127 países;
- ▶ Mais de 60% dos recursos investidos em ciência e tecnologia se concentram nas universidades (Fracasso, 1995, citando Zawislak, 1994), (70% em universidades públicas, MEC).

Possíveis soluções...

- ▶ Necessidade de aumentar as pesquisas pela iniciativa privada;
- ▶ Projetos de proteção ao conhecimento (patentes) e estímulo à inovação (Lei da Inovação);
- ▶ Aumento de interação entre Universidades e Empresas (transferência de tecnologia);
- ▶ Criação de **incubadoras de empresas e parques tecnológicos.**

E a universidade??

- ▶ A universidade vem tentando se adaptar;
- ▶ Criação de espaços como empresas juniores, incubadoras, parques tecnológicos;
- ▶ Disciplinas de empreendedorismo na graduação e pós-graduação (UFPel);
- ▶ TCC como plano de negócios (que horror!);
- ▶ Escritórios de transferência de tecnologia.



Criação e difusão do conhecimento no RS



Parque Tecnológico de Pelotas



Tecnopuc, da PUCRS

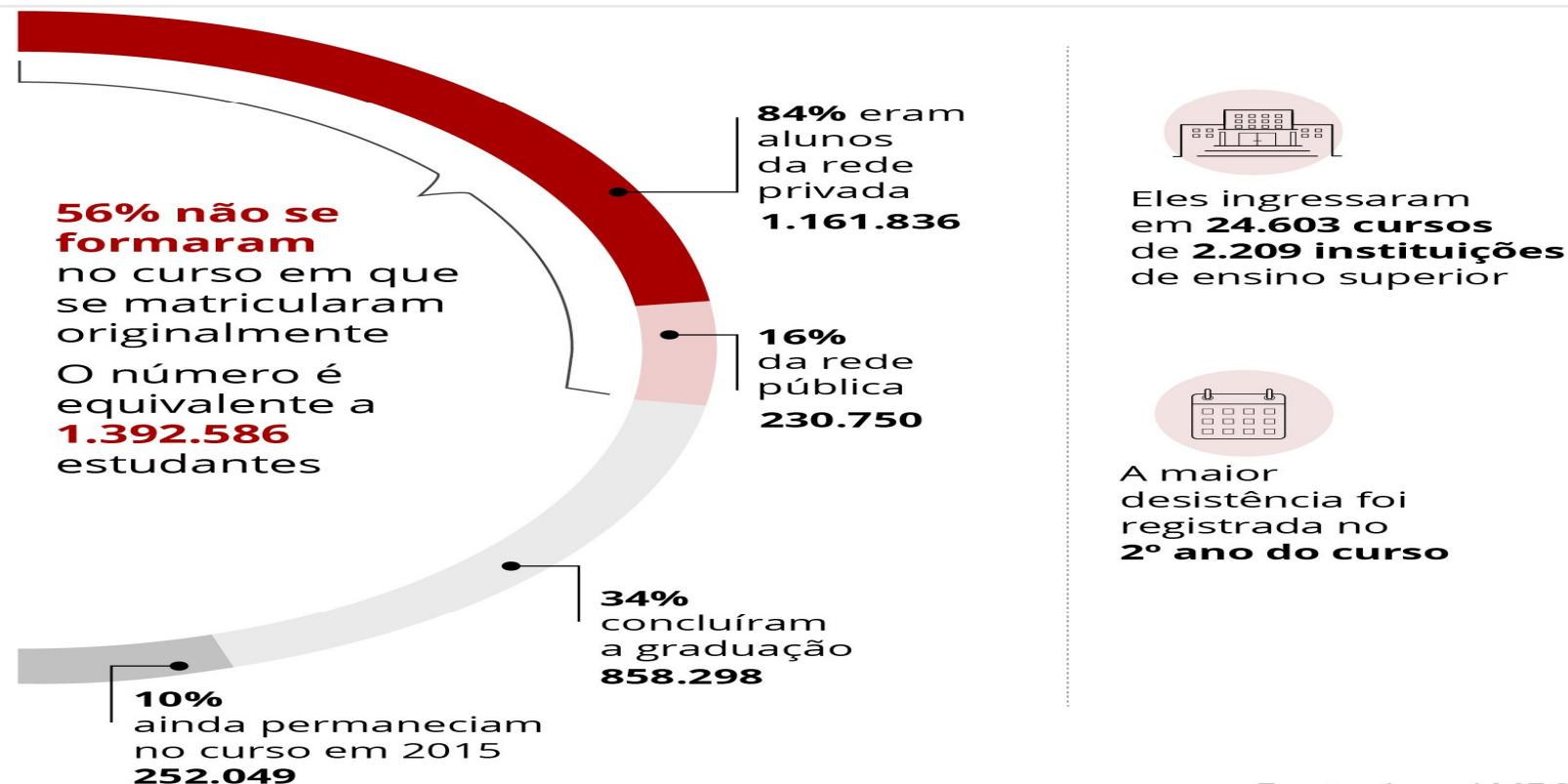
Universidade e intenção empreendedora

- ▶ Estudo de Thomas et al. (2018) **não mostrou diferenças** na intenção empreendedora dos alunos de duas universidades (Unisinos e UFPel);
- ▶ Não há ligação direta entre as atividades oferecidas por uma universidade e a intenção de se tornar um empreendedor;
- ▶ Ela contradiz estudos anteriores sobre o papel da universidade no desenvolvimento da intenção de empreendedorismo dos alunos;
- ▶ O desejo dos estudantes pela auto-realização tem um impacto significativo na sua intenção de se tornar empreendedores, confirmando estudos prévios sobre o papel dos fatores individuais para a intenção de iniciar um novo negócio.

Ainda no Brasil...

Desistências no ensino superior

Trajetória dos alunos que ingressaram na faculdade em 2010



Fonte: Inep/ MEC

Infográfico elaborado em: 02/07/2017

G1

E o estudante?

- ▶ Crescimento de empresas “baseadas no conhecimento”;
- ▶ Muito conhecimento técnico mas reduzido conhecimento do mercado e de gestão;
- ▶ Ênfase na criação do novo e na busca da diferenciação (aceito pelo mercado);
- ▶ Oportunidades de criação de negócios inovadores e diferenciados;
- ▶ FORD: “viva o novo”.

UNIVERSIDADE PÚBLICA NÃO É EMPRESA!

NÃO À IMPLEMENTAÇÃO DE
DISCIPLINAS DE EMPREENDEDORISMO!

NÃO À DIVISÃO DOS ESTUDANTES
E AUMENTO DO RUI

PROFESSORES DA
UFMT EM DEFESA DA
UNIVERSIDADE PÚBLICA



Conclusões

- ▶ Ênfase atual cada vez maior na ciência, na **tecnologia e na inovação**;
- ▶ Necessidade de **mudanças de cultura** e de paradigma;
- ▶ Brasil fez avanços, mas há muita coisa a ser feita;
- ▶ Oportunidades para profissionais criativos, dinâmicos e visionários;
- ▶ Boa sorte e sucesso!!!!!!

Referências consultadas

- CHESBROUGH, H. (2003). **Open Innovation**: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology, Harvard Business School Press, Boston, MA.
- HITT, , M. A; IRELAND, R. D; HOSKISSON, R. E. **Administração estratégica**. São Paulo: Cengage, 2008.
- MAEHLER, A. E. **A transferencia de conhecimento em multinacionais**: uma análise multidimensional de casos de empresas brasileiras no Mercado português. Tese (Doutorado em Administração). Porto alegre: UFRGS, 2011.
- MARTÍN-DE CASTRO, Gregorio; VERDE, Miriam Delgado, LÓPEZ, José E. Navas, GONZÁLEZ, Jorge Cruz. The moderating role of innovation culture in the relationship between knowledge assets and product innovation. **Technological Forecasting & Social Change**, vol. 80 (2013) p. 351–363.
- TIGRE, P. B. **Gestão da inovação**: a economia da tecnologia no Brasil. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.
- THOMAS, E. ; KUNZEL, E. ; MAEHLER, Alisson Eduardo ; WEGNER, D. . The Non-Influence of the University Entrepreneurial Push Strategy on Students? Entrepreneurial Intention: Evidences from Brazil. In: XXX Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica da ANPAD, 2018, Porto Alegre-RS. **Anais do XXX Simpósio da ANPAD**, 2018.

Contato

Prof. Alisson Eduardo Maehler

**Faculdade de Administração e de
Turismo, Departamento de
Administração, UFPel**

Campus Porto, 4 andar

alisson.maehler@gmail.com