

ACE INNOVATION SURVEY 2020

O estado da inovação no Brasil



Índice

Sobre a ACE	3
Introdução	5
Sobre as empresas	6
Perfil dos respondentes	7
Os 6 princípios da inovação radical	9
Inovação:2019x2020.....	12
Insights sobre disrupção.....	13
Tendências e impactos gerados pela pandemia.....	15
No horizonte da inovação.....	22
Barreiras da inovação.....	32
Planos de ação	35
Iniciativas de inovação aberta	39
Insights.....	41
O cenário de investimentos	42
Principais Insights	44
Conclusão.....	45
Realização	46
Concepção	47

A **ACE** é uma empresa de inovação. Atua junto aos melhores empreendedores e corporações no crescimento exponencial. Investe em startups e impulsiona empresas a novos patamares de mercado e de criação de seu futuro. Entre as startups que já participaram de seus programas estão nomes como Love Mondays, Hiper e Cuponeria. Entre clientes corporativos já são mais de 100 projetos, em empresas como Natura, BTG Pactual e Gol.

01

116

Startups investidas

02

17

Exits

03

100+

Grandes empresas em projetos

04

60+

Squads Corporativos



Há 200 anos, ocorreu a erupção do vulcão Monte Tambora na Indonésia. A erupção escureceu os céus e culminou em uma repentina queda das temperaturas, matando as colheitas e levando várias pessoas à fome. Em muitas partes do mundo 1816 ficou conhecido como o 'Ano Sem Verão'. Na Europa, não apenas a erupção levou à fome, mas também afetou a capacidade das pessoas se locomoverem. Com menos ração para os cavalos, simplesmente não era possível manter estábulos ou usá-los mais do que o necessário. Observada a necessidade de um novo modo de transporte, Von Drais revelou sua criação ao mundo. Em 12 de junho de 1817 o mundo conhece a primeira bicicleta. Um protótipo para substituir o cavalo.

E o que isso tem a ver com a ACE Innovation Survey 2020? Jamais esqueceremos esse ano! Um ano de mudanças radicais. E, claro, acreditamos nós, de grandes oportunidades, invenções e soluções, que surgem da restrição. Assim será 2020, marcado pelo Covid-19, mas também marcado por inovações singulares.

Esta pesquisa traz insights valiosos sobre como corporações estão moldando seu futuro em um novo contexto de mundo.

Grande abraço,

Sullivan Santiago
Partner & CTO ACE

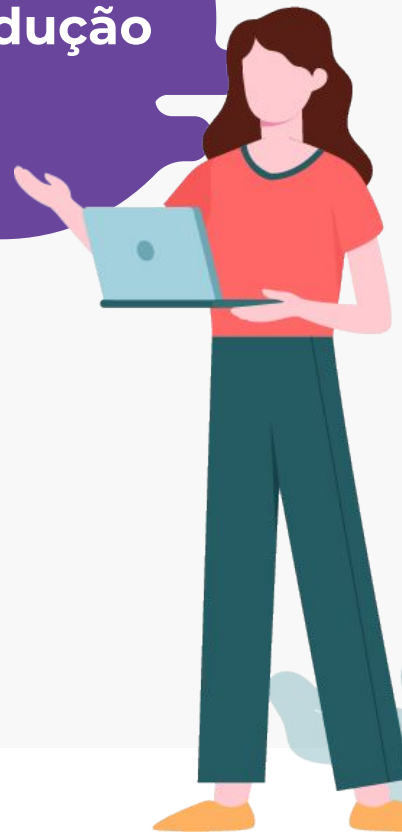


“ A ACE Innovation Survey chega à sua terceira edição com o objetivo de **apontar tendências e fazer análises** do mercado brasileiro relacionadas à implementação da inovação. Na edição deste ano, a pesquisa apresenta as principais dificuldades enfrentadas e os impactos causados pela pandemia do Covid-19, além de destacar suas **principais respostas e visões do futuro**.

O report foi desenvolvido por meio da coleta de dados primários e análise crítica dos mesmos trazendo a visão ACE sobre os assuntos. A coleta de dados foi feita durante o período de 30 dias, entre os meses de junho e julho de 2020. Foram entrevistadas empresas de diversos segmentos e tamanhos, com o foco em líderes de empresas Brasileiras com receita maior que R\$1 bilhão.

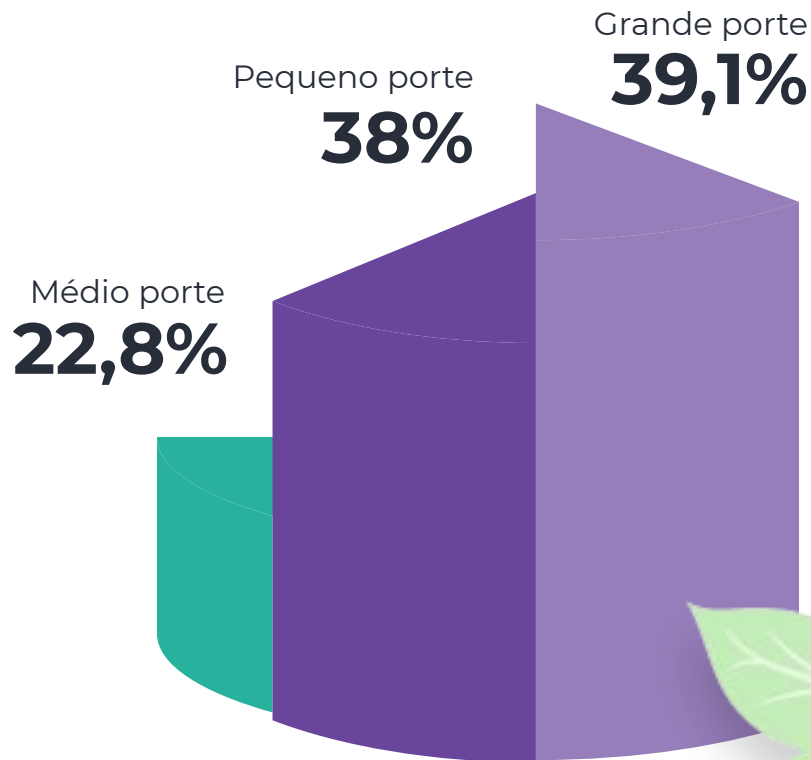
”

Introdução



Sobre as Empresas

A pesquisa foi realizada com empresas brasileiras de mais de 30 segmentos diferentes de atuação. Sendo que **38%** são consideradas de pequeno porte, com renda anual entre R\$ 360 mil e R\$ 4,8 milhões, **22,8%** de médio porte, com renda anual entre R\$ 4,8 milhões e R\$ 300 milhões, e **39,1%** de grande porte, com faturamento anual superior a R\$ 300 milhões de reais.

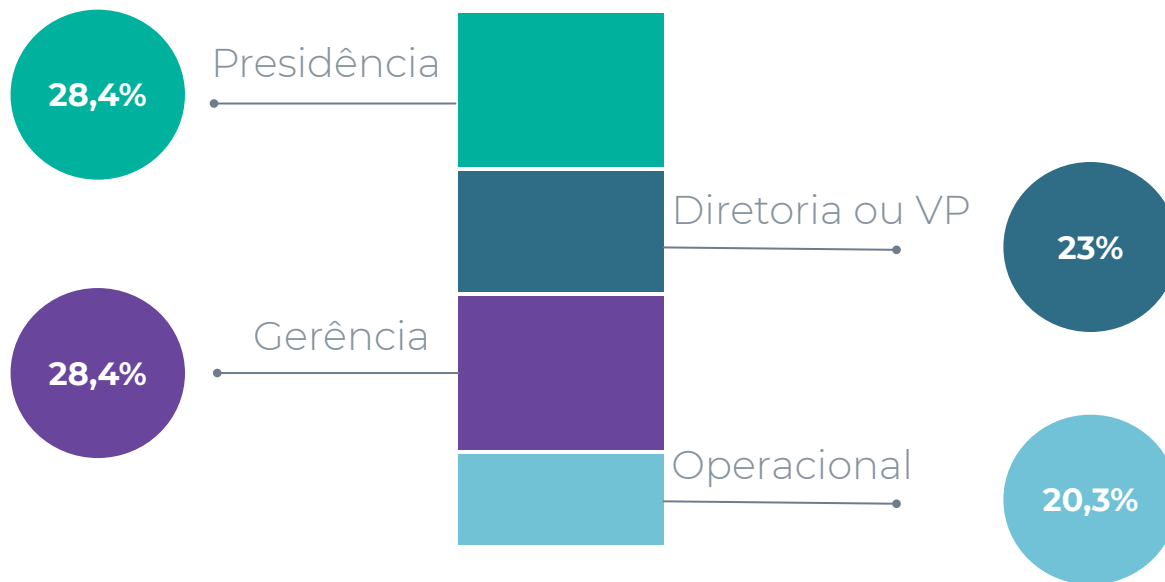


Perfil dos respondentes

A pesquisa de perfil busca entender o que profissionais, desde analistas a presidentes, **veem como ingrediente principal para que a cultura de inovação** seja bem sucedida dentro de uma empresa e como seus respectivos papéis contribuem para que tal objetivo seja conquistado.



Perfil dos respondentes



Os 6 princípios da inovação radical



Os 6 princípios da Inovação Radical, destacados por Pedro Waengertner, CEO da ACE, em livro homônimo lançado em 2018, serviram como base para esta análise e estão presentes na pesquisa de forma direta e indireta por meio das perguntas e conclusões.



1

Cliente no centro

Todas as suas decisões devem ser pautadas em “Como posso facilitar a vida do meu cliente, hoje?”

2

Design Organizacional

A empresa deve ter habilidade de trabalhar seu negócio atual na mesma qualidade de novos negócios.

3

Gestão Ágil

Ciclos rápidos de aprendizado, times enxutos focados em um problema, multidisciplinares e com autonomia

4

Mate seu próprio negócio

Pense no futuro, nas tendências do mercado e aprenda a gerir seu portfólio de projetos em categorias de horizontes;

5

Trabalhe com parceiros

Sempre haverá conhecimento relevante fora da sua empresa. Isso dá velocidade ao processo e abre novas avenidas de oportunidades

6

Pense como investidor

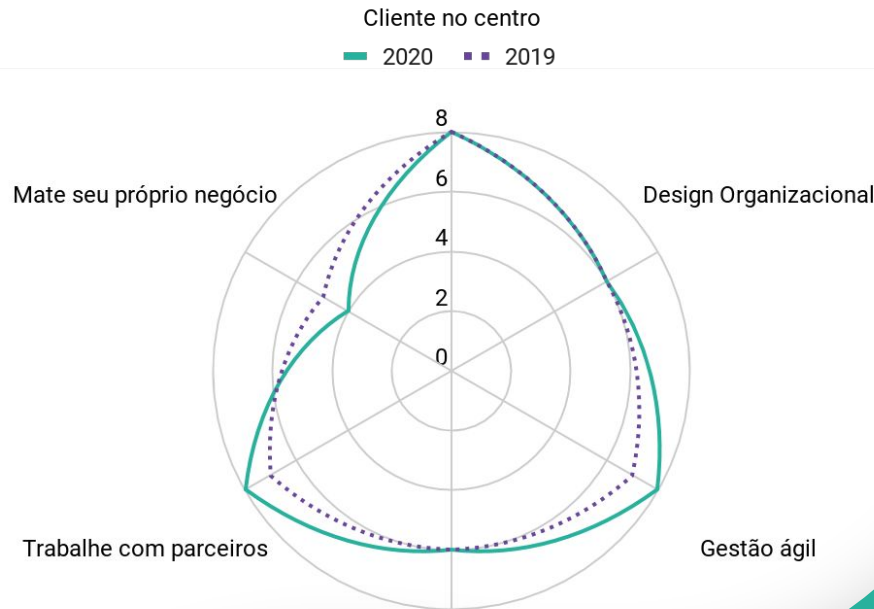
Investir em várias ideias e pensar no ganho, não na perda. Tenha um comitê de inovação com processos bem desenvolvidos.

Inovação: 2019 x 2020

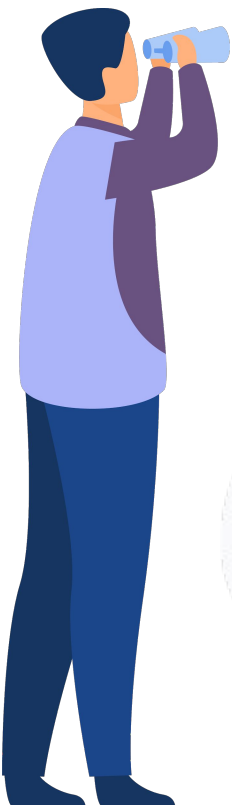


Da pesquisa realizada em 2019 para a edição de 2020, ao comparar os anos, nota-se que as empresas estão dando mais importância à otimização das suas operações para atingir resultados, e isso é bom. Entretanto, devido à pandemia, muitas interromperam o olhar para o futuro de novos negócios e voltaram-se para a própria sobrevivência. Nesse cenário, as empresas estão em busca de iniciativas de médio prazo, visando operar em mercados adjacentes com produtos existentes.

Comparação dos 6 Princípios da inovação



Insights sobre disrupção



64,1%

dos respondentes afirmam que estão sofrendo
disrupção de tecnologias emergentes

Em 2019, esse
número representava

70%

dos respondentes.

Ainda assim...

Poucas empresas trabalham com
algum tipo de inovação disruptiva que
possa matar seu próprio negócio.

Apenas 27,2%

Quais são os ingredientes mais importantes para a inovação ser bem sucedida na organização?*



*Questão permitia mais de uma resposta. Respondentes são empresas de grande porte.

Tendências e Impactos gerados pela pandemia



E veio a pandemia...



66,7%

dos entrevistados afirmam que sua empresa está sendo **impactada negativamente durante a pandemia**

destes respondentes

38,9%

estão com seus **projetos a longo prazo pausados**



E veio a pandemia...



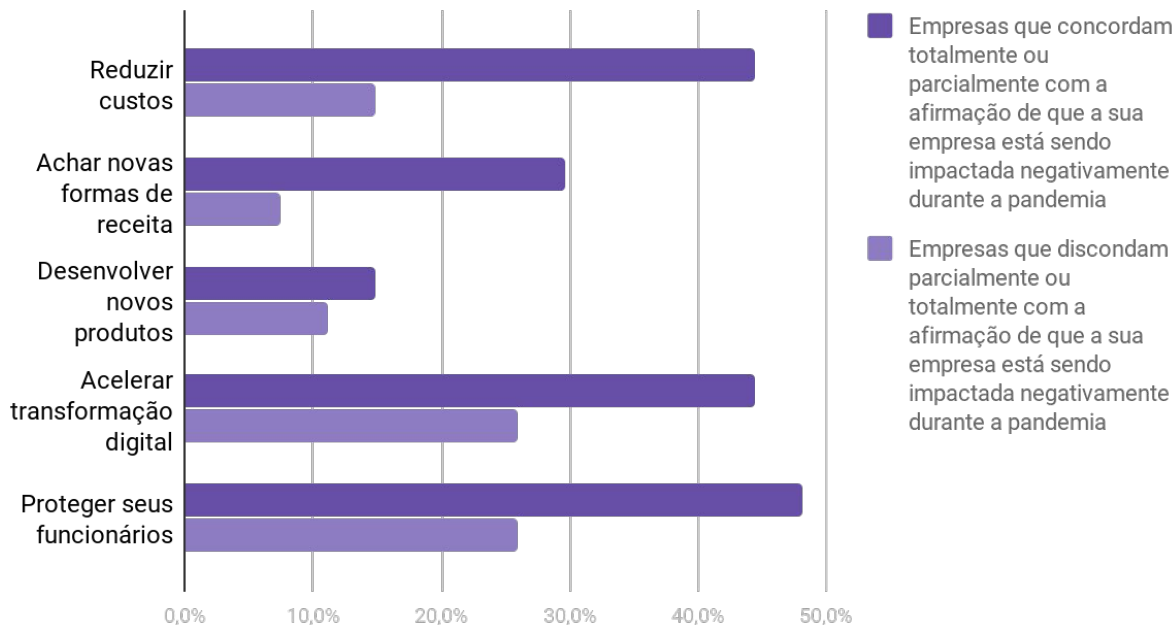
Das empresas que foram negativamente impactadas financeiramente pela pandemia, **55%** concordam que mudaram sua meta financeira para uma mais conservadora.

Dentre essas empresas, **seus maiores focos são projetos que possam melhorar seu core business** e, principalmente, projetos que possam expandir a empresa para mercados adjacentes.



Prioridades do momento

Quais são as três maiores prioridades, da sua empresa, no momento?



*29,3% dos respondentes são empresas com faixa de receita maior ou igual a 1 Bilhão

1º Proteção de seus funcionários

2º Transformação digital

3º Redução de gastos.

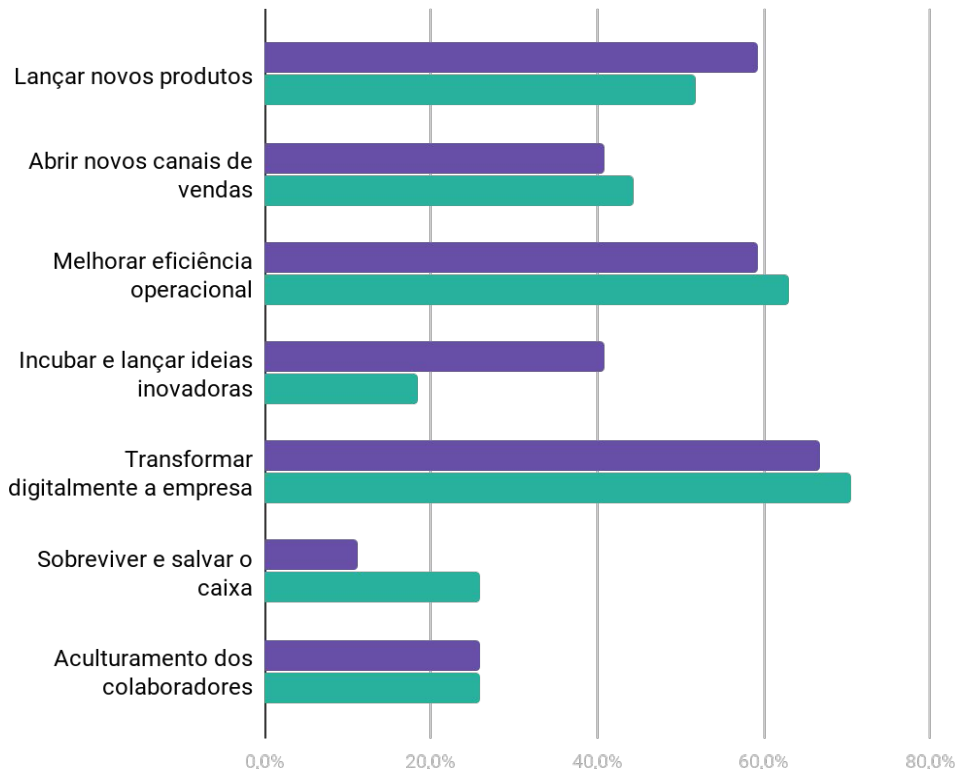


Prioridades do momento



A transformação digital, uma tendência já prioritária nos debates corporativos, foi exponencialmente acelerada durante a pandemia. O momento pede atenção extrema à digitalização de canais e a revisão das interações humanas, modificadas após o contexto da pandemia.

Maiores dificuldades



■ Qual o principal desafio na sua organização antes da pandemia?

■ Qual o principal desafio na sua organização hoje?

1º Transformação Digital

2º Melhorar a Eficiência

3º Lançar novos produtos

*29,3% dos respondentes são empresas com faixa de receita maior ou igual a 1 Bilhão



Maiores dificuldades



Sobreviver e salvar o caixa foi a dificuldade que apresentou maior crescimento nos momentos antes e durante a pandemia. Nota-se que o lançamento de novos produtos e desenvolvimento de ideias perdeu espaço para um “modo sobrevivência”, no qual destacaram-se a melhoria de eficiência e a transformação digital.

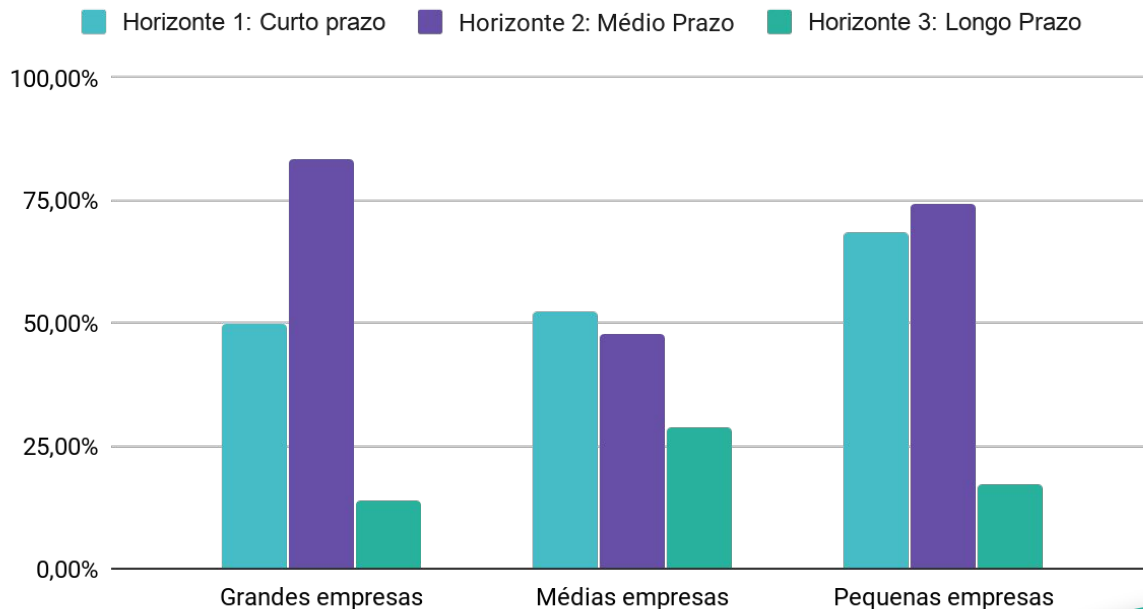
No horizonte da inovação



No horizonte da inovação



Horizonte de Inovação x Tamanho da empresa



74% dos respondentes afirmaram ter projetos de inovação no Horizonte 2. Inovações Horizonte 3 ficam na lanterna, com somente **18%** dos projetos.*

*A questão permitia selecionar mais de uma resposta.

Projetos de inovação



Insight ACE

Inovações em modelos de negócio (criação, distribuição e captura de valor) são mais permanentes e criam melhores vantagens competitivas. A universidade de St Gallen publicou um estudo que **90% das inovações dos últimos 50 anos foram combinações de modelos de negócio já existentes.**



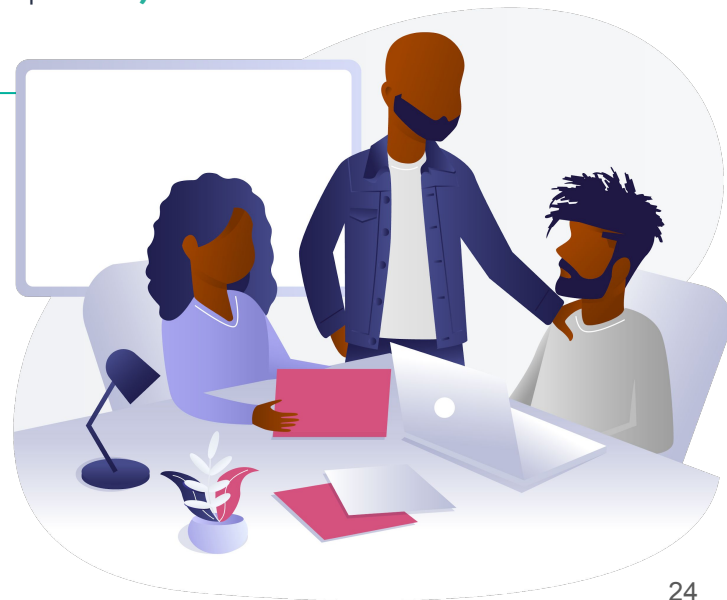
Experiência do cliente



66,7% dos respondentes apontam que as empresas estão desenvolvendo projetos diretamente relacionados à experiência do cliente, sendo que **14,8%** deles contam já ter um plano traçado para isso.

62,9%

dos participantes compreendem esses projetos como horizonte 2. Ou seja, novos negócios e processos com base no que a empresa já domina.



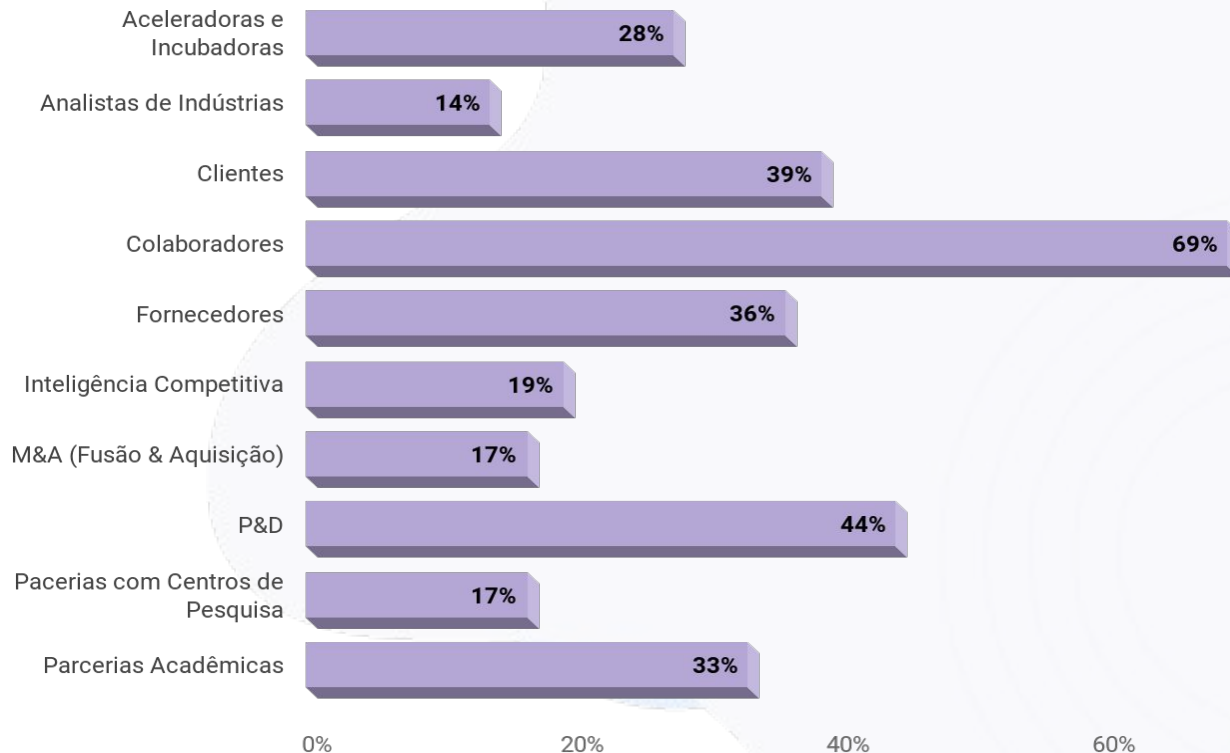
Cliente no Centro



Insight ACE

“Uma cultura organizacional que favorece a inovação é aquela cujo processos, mindset e a liderança colocam o cliente no centro. **As discussões precisam ter como foco o cliente** e também a participação deles para desenvolver novas maneiras de atendê-los na ponta. A quebra de paradigmas que dificultam a geração de inovações são de extrema importância para que todos possam participar de forma mais estratégica e proporcionar uma experiência melhor e mais acessível aos clientes.”

Quais as principais fontes de inovação da sua organização?



69%

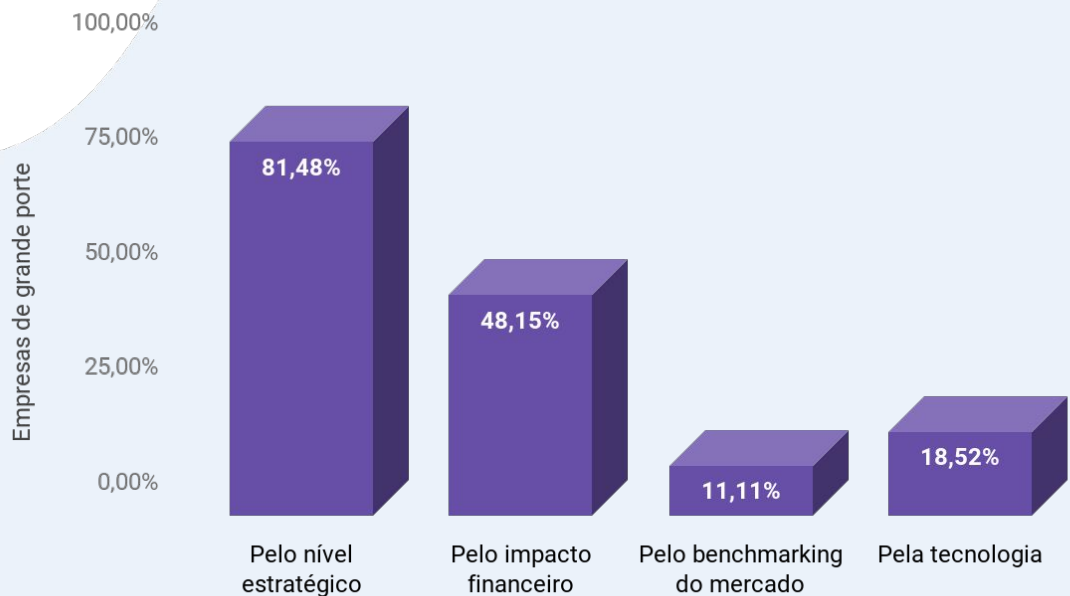
dos respondentes apontaram os colaboradores como principal fonte de inovação. Em 2019, essa também foi a fonte mais citada.

Porém, diferente da edição anterior, quando os clientes ficaram com a segunda posição, em 2020 a área de Pesquisa e Desenvolvimento foi mais citada.

Como você prioriza os projetos de inovação que vai tocar?



Como você prioriza os projetos de inovação que vai tocar?

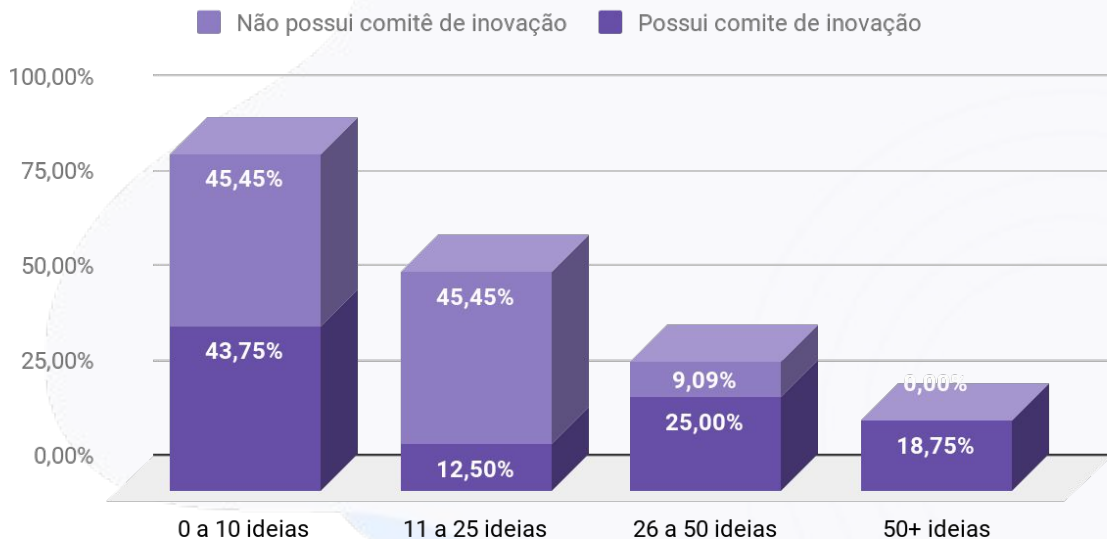


81% priorizam pelo nível estratégico e **48%** pelo impacto financeiro. A competitividade do mercado fica para trás nessa corrida, com apenas **11%**.



Ideias investidas x Comitês de Inovação

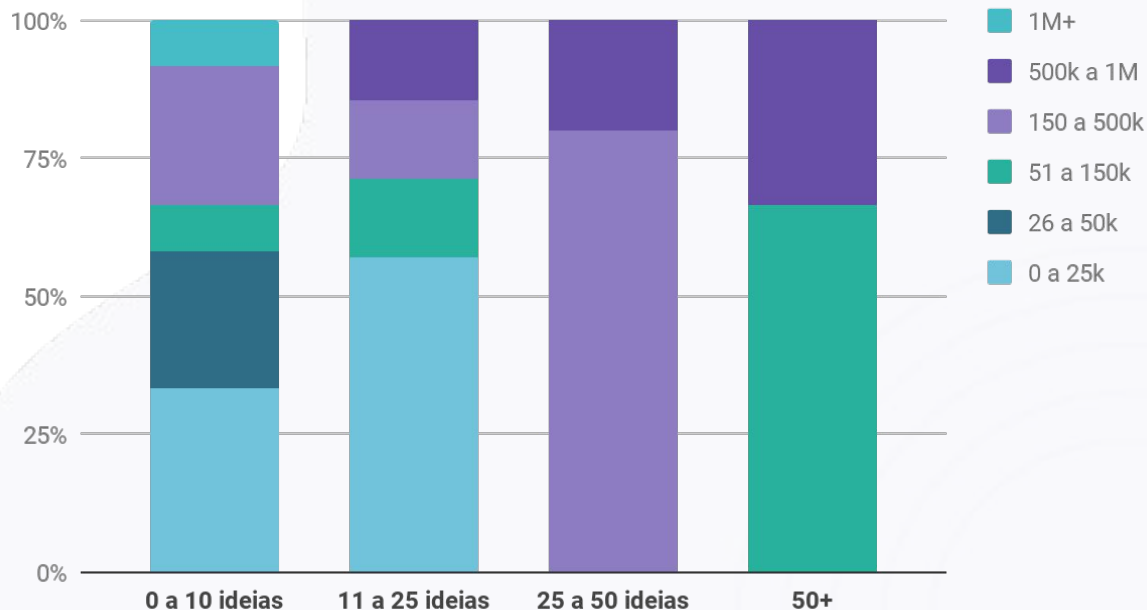
Comparação de ideias investidas por empresas que possuem e não possuem comitê de inovação



A nova edição da **ACE Innovation Survey** aponta uma evolução no “pensamento investidor” das empresas, com um considerável aumento de respondentes apostando em mais de 10 ideias.

Além disso, vê-se uma direta correlação entre o número de projetos e a existência de comitê de inovação, sendo que 100% das empresas que apostam em mais de 50 ideias têm.

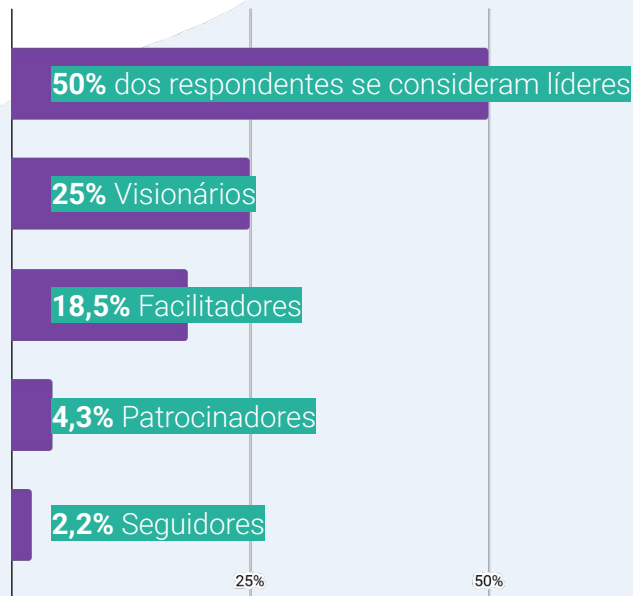
Média de valor aportado por quantidade de ideias investidas anualmente



Das empresas que mais investem, **60%** têm comitê de inovação, o que deixa claro a necessidade de uma área e processos estruturados.

A ausência de um comitê de inovação pode ocorrer pela imaturidade da empresa quanto à inovação. Na experiência da ACE, um comitê é fundamental para controlar o caos e a incerteza da inovação.

Qual seu papel na inovação?



Entre os respondentes com cargo C-level, **62%** se consideram líderes da inovação.

Entre as pessoas que responderam que se consideram líderes da inovação, **25%** ocupam cargos C-level



Insight ACE

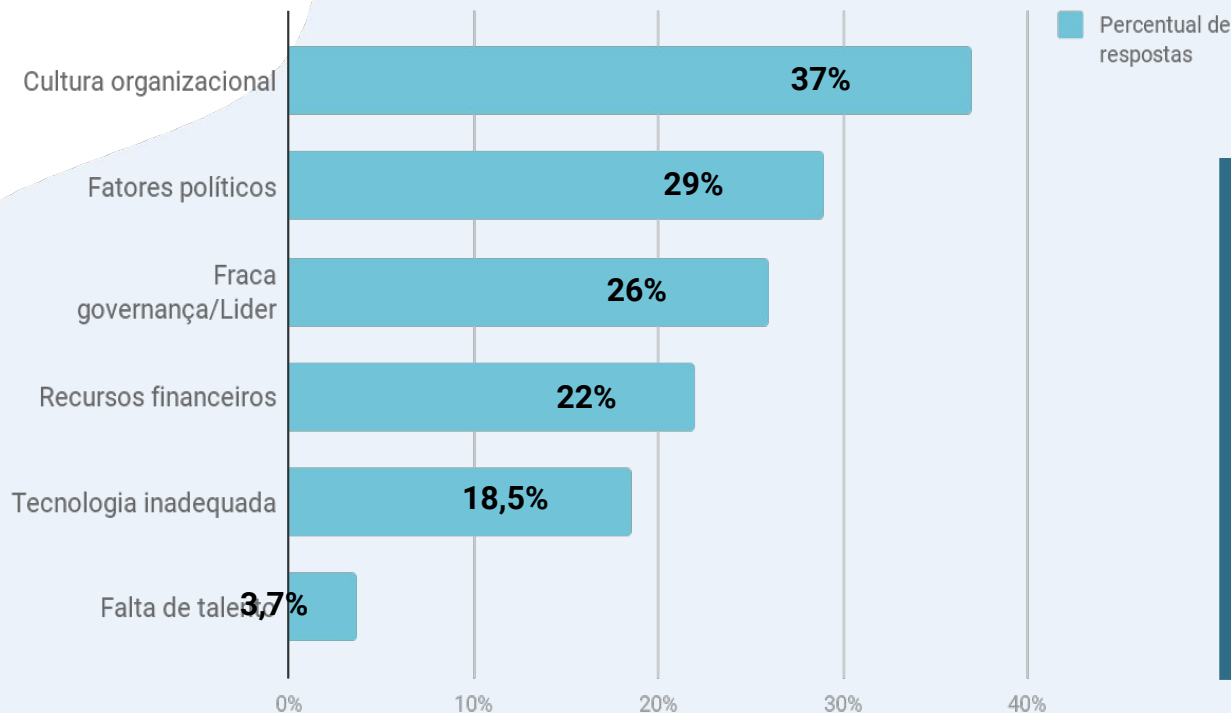
é de extrema importância a base se sentir responsável pela inovação levando em consideração que grandes empresas consideram seus colaboradores como sua fonte principal de inovação.



Barreiras da Inovação



Quais restrições impedem a organização de ser mais inovadora?



Assim como na edição anterior, a **maior dificuldade é a cultura organizacional**, representando 37%

Em seguida, as principais barreiras vistas por essas empresas são os **fatores políticos e regulatórios** (29,69%) e a **fraca governança/liderança** (25,9%).

Cultura organizacional



Insight ACE

É crucial a liderança deixar claro a urgência e importância da inovação para todos. Mais do que isso, também permitir que a inovação venha de baixo. Temos que acabar com o HiPPO (Highest Paid Person's Opinion), em português a opinião da pessoa mais bem paga, em que apenas a alta liderança decide onde investir e tem para si as informações estratégicas para a inovação. Compartilhar mais a estratégia com a linha de frente e permitir/capacitar os colaboradores vão trazer grandes frutos para empresa.



80%

dos respondentes concordam totalmente ou parcialmente com a afirmação de que **inovação é uma prioridade dentro de suas empresas**



Cultura organizacional



Comparação entre inovação aberta e intraempreendedorismo

56% iniciativas de inovação aberta

70% iniciativas de intraempreendedorismo

0% 20% 40% 60% 80%

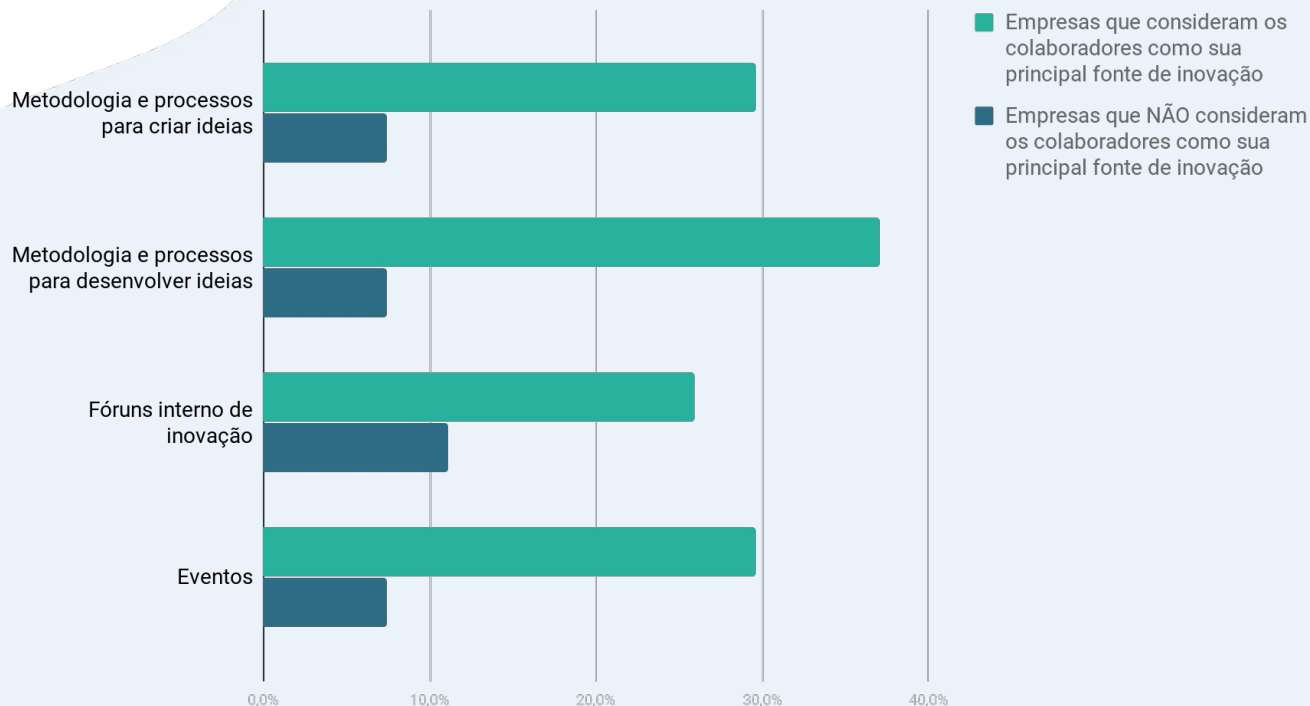
Considerando as empresas de grande porte, **56% possuem iniciativas de inovação aberta**, enquanto **70% afirmam investir também em iniciativas de intraempreendedorismo**.

Das empresas que investem nos dois formatos, 74% dos respondentes que ocupam cargos de liderança concordam que **a inovação é prioridade dentro de sua empresa**.

Intraempreendedorismo



Principais iniciativas de intraempreendedorismo por empresas que consideram seus colaboradores a principal fonte de inovação



66,6%

das empresas que possuem seus colaboradores como fonte de inovação têm metodologias e processos para gerar ou desenvolver ideias.

52,1%

têm mais de uma prática de intraempreendedorismo

Inovação aberta

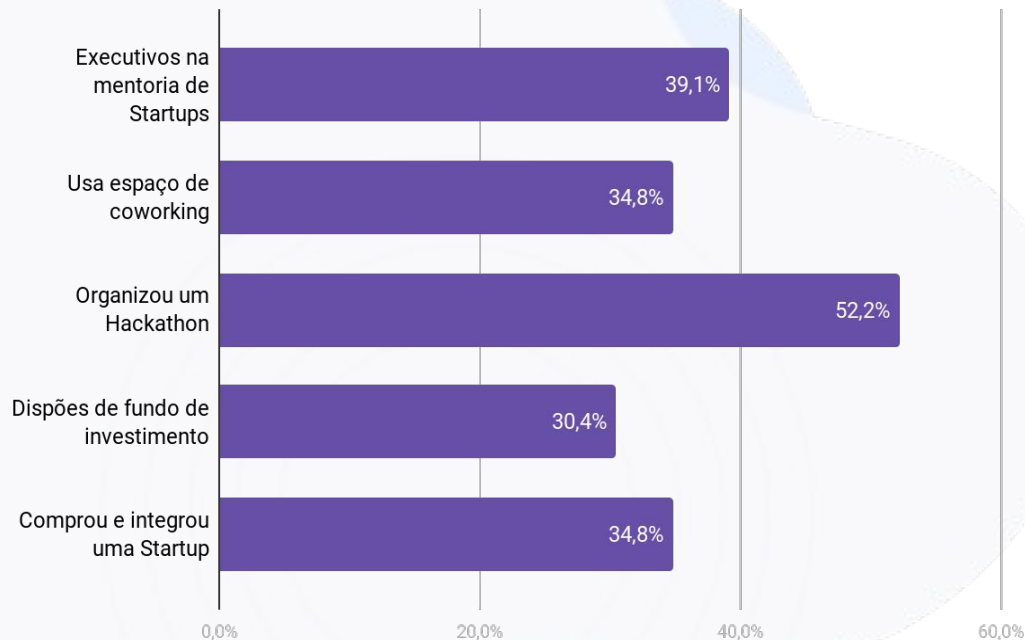


56,5% das empresas de grande porte respondentes têm mais de uma iniciativa

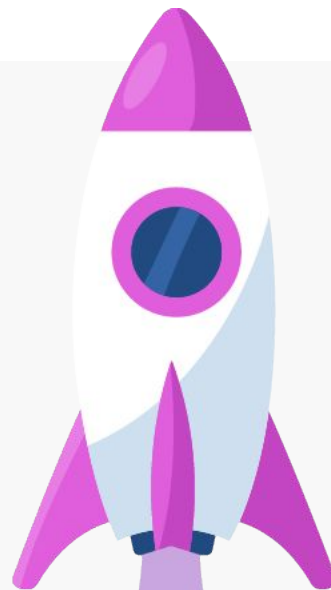
52% investem em Hackathons como uma forma de incentivo a inovação aberta e **34,8%** afirmaram já ter comprado ou integrado alguma startup.

Entre as empresas que não veem a inovação como prioridade (**14,8%**), as iniciativas mais comuns são as de menor transformação do core business, como hackathons.

Iniciativas de inovação aberta das empresas que priorizam a inovação

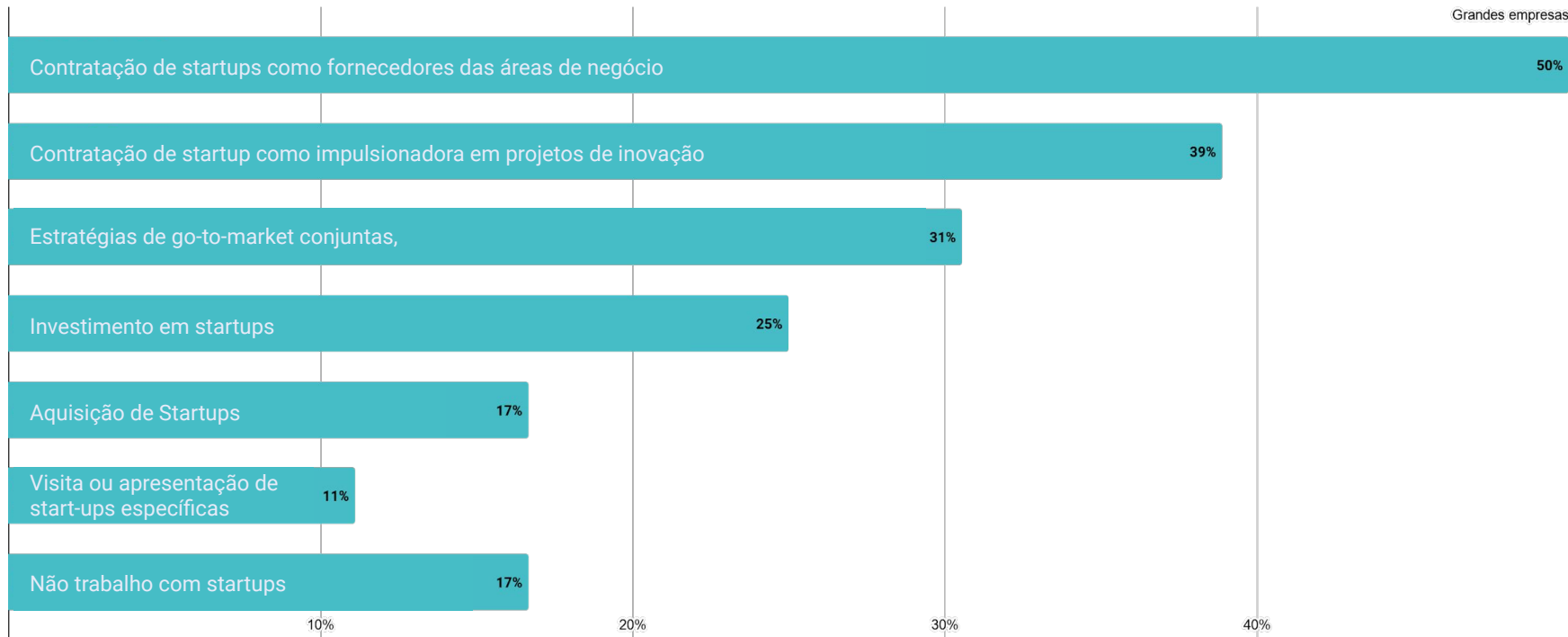


Iniciativas de inovação aberta



Qual a forma de interação com Startups?

Quase todas as empresas que faturam acima de 1 Bilhão estão trabalhando com startups. 44% delas tem um **departamento interno responsável** pela busca de startups, enquanto **30% afirmaram ter ajuda de consultorias**.



Insights



“

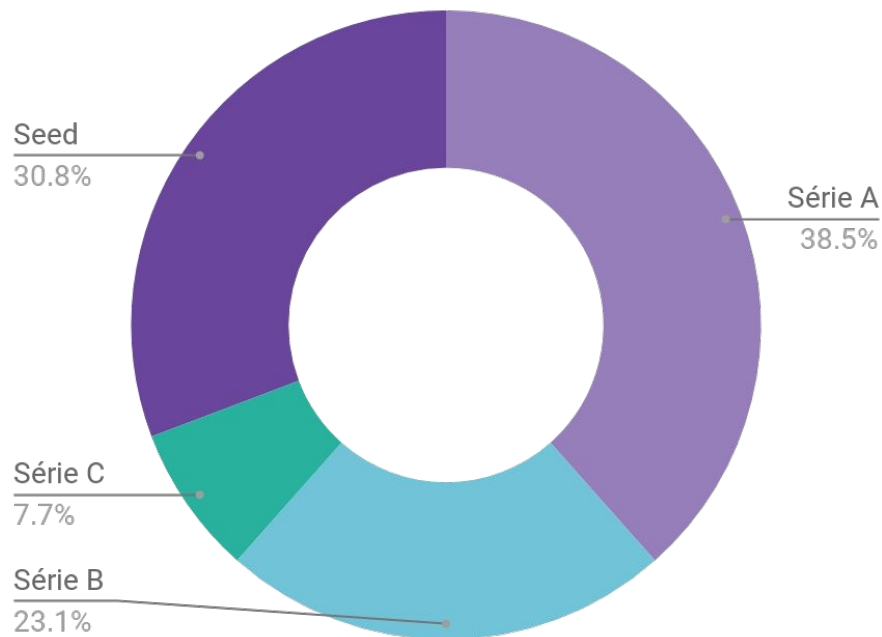
As iniciativas de inovação aberta são uma ótima estratégia para a inovação corporativa das grandes empresas e também para implementarem mudanças de maneira ágil. Diante da pandemia, observou - se que essas empresas apresentaram uma necessidade de flexibilidade para se adaptar mais rápido aos impactos econômicos do Covid-19. Portanto, **empresas que concordaram terem sido mais afetadas pela pandemia buscaram mais a inovação aberta** do que as empresas não afetadas. As maiores iniciativas de inovação aberta presente nessas empresas foram **Hackathon (40,7%) e engajamento de executivos na mentoria de startups (22,2%)**, visando se aproximar e buscar por startups.

”

O cenário de investimentos



Tipo de investimento que as empresas realizam

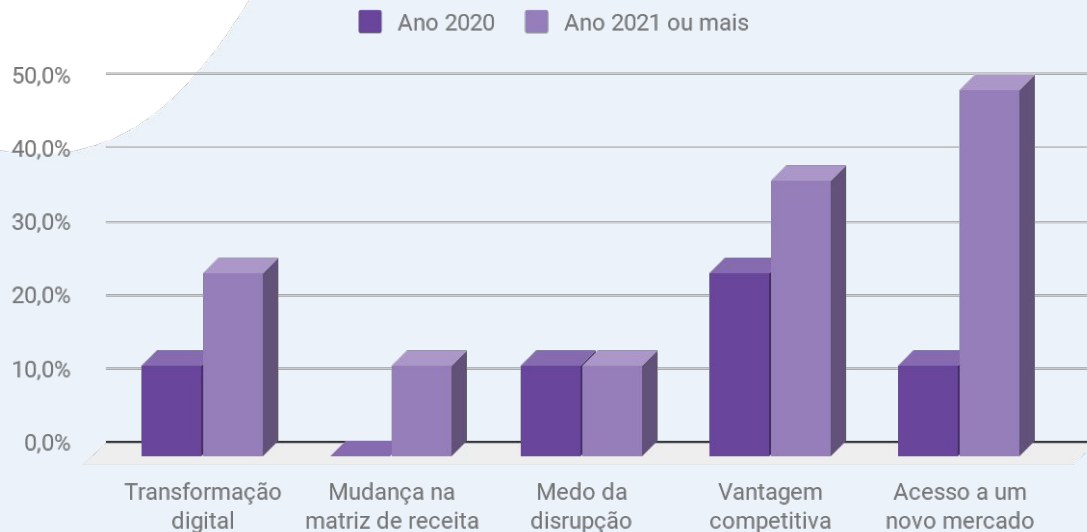


Apenas 25% das que dizem possuir inovação aberta realizam investimentos em **startups**. Dessas, 30,8% investem em **estágio Seed**, 38,5% em **estágio Série A** e 23% em **série B**.



Por que fazem M&A?

Motivos de M&A que empresas de grande porte buscam realizar nos próximos anos



29,6% das empresas planejam **realizar um M&A** e o principal motivo é o **acesso a um novo mercado** (50%).

Outro motivo é a busca pela vantagem competitiva, que, quando somadas as intenções das empresas a partir do segundo semestre e 2021, atinge 60%.

Principais Insights



64,1% dos respondentes afirmam que estão sofrendo disrupção de tecnologias emergentes

Apenas **27%** das empresas trabalham com algum tipo de inovação disruptiva que possa matar seu próprio negócio.

Uma liderança empresarial forte e visionária é o principal ingrediente para uma inovação bem sucedida, de acordo com **77%** dos respondentes

A maior dificuldade relatada para o sucesso de projetos de inovação é a cultura organizacional, representando **37%**

Mais de **66%** dos entrevistados afirmam que sua empresa está sendo impactada negativamente durante a pandemia. E destes, quase **40%** interromperam projetos de longo prazo



Principais Insights

69% dos respondentes apontaram os colaboradores como principal fonte de inovação. Em **2019**, essa também foi a fonte mais citada.

56% afirmam ter iniciativas de inovação aberta, enquanto **70%** afirmam investir também em intraempreendedorismo

34,8% das empresas com faturamento acima de R\$ 1 bilhão afirmaram já ter comprado ou integrado alguma startup

A maior dificuldade relatada para o sucesso de projetos de inovação é a cultura organizacional, representando **37%**

Quase **30%** das empresas planejam realizar um M&A e, de acordo com **50%** delas, o principal motivo é o acesso a um novo mercado.



“Conclusão



Constatamos que 2020 chegou com muitos desafios quando falamos em inovação em grandes empresas. A grande maioria das companhias está optando por jogar na defensiva, pausando projetos de longo prazo e buscando diferentes formas de receita que possam auxiliá-las na sobrevivência do caixa e consequentemente delas mesmas. Muitas empresas estão optando por utilizar metodologias ágeis. Entretanto, nem todas estão conseguindo aplicar tal metodologia da melhor forma, tendo em vista que uma grande dificuldade enfrentada está sendo em **lançar novos produtos** e passar pela **transformação digital**, essa que se tornou necessária nos dias de hoje. Já quando falamos de ideias inovadoras, grande parte das empresas foram impulsionadas de maneira positiva pela pandemia a incentivarem o mesmo, visando a expansão de negócios existentes a mercados adjacentes.

No que toca investimentos, percebemos uma desaceleração devido aos desafios trazidos pela pandemia, porém, ainda assim superou as expectativas dos especialistas. Empresas que possuem um comitê ou fundo de investimentos não deixaram de aportar sua verba e afirmaram que ainda pretendem investir nos próximos meses.

A ACE acredita que jogar no ataque, principalmente em momentos em que clientes estão mais exigentes e seus hábitos estão mudando de maneira drástica, é essencial para que a liderança consiga perpetuar o sucesso (e, consequentemente, o faturamento) dessas companhias. Enquanto muitos estão no campo de defesa, chegou a hora trazer ousadia - e inovação - para sair da crise menos comprometidos e pensando no crescimento do negócio.

Realização



Isabel Alves

Estudante de Engenharia de Produção na Universidade de Brasília (UnB), Isabel teve uma jornada de 1 ano e meio no Movimento Empresa Júnior. Apaixonada por inovação, Isabel sempre busca aprender o máximo possível sobre o assunto, sempre com olhar de otimização de processos provindo da sua graduação. Isabel também participou de projetos de graduação em parcerias internacionais buscando soluções que visem alcançar os objetivos da Agenda 2030 da ONU, seu último projeto foi o desenvolvimento de um protótipo que auxiliasse catadores de lixo analfabetos a gerirem suas finanças.



Gabriel Rossetti

Graduando em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), é extremamente motivado pela busca de novos conhecimentos, principalmente sobre gestão, inovação e liderança. Diretor voluntário no Programa Futuro Cientista, levou incentivo à pesquisa científica para mais de 500 crianças e jovens. No Movimento Empresa Júnior, assumiu a Diretoria Comercial da Líder Jr.. Estagiou em empresas e ramos diferentes em busca de desenvolvimento, dentre elas, a Mind Consulting em que se responsabilizou pela inteligência de mercado, prospecção e gestão de projetos. Estagiou no Grupo Voitto como redator de artigos e otimizador de pesquisa orgânica (SEO).

Concepção



Victor Navarrete,
CEO ACE Cortex

Victor Navarrete é Sócio e CEO da ACE Cortex, um dos maiores centros de inovação corporativa do país. Implementou mais de 50 programas de inovação diferentes para 40 das 100 maiores empresas brasileiras e multinacionais que operam no país. Professor em cursos da Pós-graduação da ESPM em disciplinas de produto, gestão e métodos ágeis. Victor foi gerente de operações da 99 e ajudou a estruturar a operação no Centro-oeste do país.



Sullivan Santiago,
Head de Produtos Digitais

Cientista da computação, pós-graduado em gestão de projetos de software, palestrante, mentor do Google Launchpad, professor de Inovação e gestão ágil na ESPM, professor na maior escola de produtos digitais do Brasil, Tera, e especialista em inovação corporativa. Ajudou mais de mais de 4500 empreendedores a adotar estruturas enxutas e de inovação. Especialista em SaaS e gestão de inovação, criou o [Mynnovation](#), software de gestão de inovação corporativa e também é líder do maior portal de aceleração de startups online, a [Growthaholics for Startups](#).



Renata Sagradi,
Head de Marketing

Jornalista com pós-graduação em Marketing e especialização em Gestão de Marcas, atuou durante 5 anos nos principais veículos de mídia do país. Em 2015, migrou para o marketing digital, atuando em segmentos como varejo e educação. Foi empreendedora, criando uma marca de moda feminina de venda online. Chegou na ACE em 2019, responsável pelo reposicionamento e conteúdos da empresa. Hoje, é head de marketing, liderando também frentes de relacionamento e eventos. É co-criadora do podcast [Growthaholics](#).

Sobre a ACE

A **ACE Cortex** é a consultoria de inovação que alavanca grandes corporações ao futuro de seus atuais e novos mercados. Construímos e executamos, junto à liderança e colaboradores, estratégias de inovação que obtêm resultados reais. Temos 20 mil startups analisadas e registradas na base, mais de 2 mil inscritos em programas corporativos, mais de mil conexões entre startups e empresas e projetos 3 vezes mais rápidos do que a média de mercado.

Trabalhamos com grandes empresas, entregando mais de 100 projetos de inovação, atuando, principalmente, com melhoria de eficiência operacional e desenvolvimento de novos negócios.

Gostou do que viu e quer trazer novas soluções para sua empresa?

Acesse: www.acestartups.com.br/cortex



Innovation for doers