



O EMPREENDEDORISMO E A INOVAÇÃO DISRUPTIVA

Diana Kelly Paula de Barros¹, Jorge José Gaspar Pereira Neto¹, Nilcilene de Souza Pires¹, Táríck Pereira Mubarc¹, Euzeanne Elias de Souza Rodrigues¹

dianakelly10@hotmail.com, jorgejose670@gmail.com, nilcilene-souza@hotmail.com, tarickmubarc@gmail.com, euzeanne@hotmail.com

¹Universidade Estadual de Goiás – Câmpus Goiânia – Administração
Goiânia – GO

RESUMO – Este trabalho tem por objetivo, analisar os fatores determinantes da inovação disruptiva lucrativa promovem inovações em empresas brasileiras. O mercado mostra a maior quantidade de relações de influência. Os fatores externos influenciam mais pelas estruturas de ensino, via fornecimento de pessoal qualificado. Esse pessoal também foi verificado como um fator interno fundamental, em especial os empreendedores, mas o recurso mais importante consiste na cultura de inovação. Também foi confirmada a existência de organização flexível. As patentes podem ser necessárias, mas não imprescindíveis. Algumas estratégias foram sendo organizadas para a melhores inovações disruptivas, assim sendo esse empreendedorismo e a inovação. O empreendedorismo e a inovação disruptiva são estratégias menos frequentes na literatura foram as mais utilizadas. Essas empresas buscaram o novo mercado (quem não adquiria aquele tipo de produto antes), o baixo mercado (segmentos com menor receita) e o mercado destacado (surge quando um produto atende muito bem a uma necessidade muito diferenciada). Produtos recentes dessas firmas apresentam potencial disruptivo, pois são mais convenientes, de menor custo, mais simples e/ou com menor tamanho. As políticas públicas foram consideradas desconectadas do processo de inovação. Os fatores externos são os mais deficientes, tanto pelo descolamento das políticas públicas quanto pela baixa utilização do potencial científico das estruturas de ensino/pesquisa pelas empresas. Isso sugere que o dilema do inovador pode atingir todo o Sistema Brasileiro de Inovação, em vez de apenas as firmas. Além disso, essa deficiência compromete a atuação em rede e pode ser a responsável por essas empresas privilegiarem as estratégias tecnológicas menos usadas em outros países.

Palavras-Chave – Disrupção, Empreendedorismo, Inovação.

ENTREPRENEURSHIP AND DISRUPTIVE INNOVATION

ABSTRACT – This work aims to analyze the determinants of profitable disruptive innovation that promote innovations in Brazilian companies. The market shows the greatest amount of influence relationships. External factors influence educational structures more, through the provision of qualified personnel. These people have also been seen as a fundamental internal factor, especially entrepreneurs, but the most

25 a 27 de outubro de 2018

important feature is the culture of innovation. The existence of flexible organization was also confirmed. Patents may be necessary, but not essential. Some strategies were being organized for the best disruptive innovations, thus being this entrepreneurship and innovation. Entrepreneurship and disruptive innovation are less frequent strategies in the literature were the most used. These companies looked for the new market (who did not buy that type of product before), the low market (segments with lower revenue) and the high market (it comes when a product caters very well to a much-differentiated need). Recent products from these firms have disruptive potential, since they are more convenient, less expensive, simpler and / or smaller. Public policies were considered disconnected from the innovation process. External factors are the most deficient, due to both the detachment of public policies and the low utilization of the scientific potential of teaching / research structures by companies. This suggests that the innovator's dilemma can reach the entire Brazilian Innovation System, rather than just the firms. In addition, this deficiency compromises the network and it may be the responsibility of these companies to privilege the least used technology strategies in other countries.

KEYWORDS – Disruption, Entrepreneurship, Innovation.

INTRODUÇÃO

Já a inovação disruptiva apresenta um produto mediano como aposta das empresas líderes, mas trazem em contrapartida de custos que permitem que estes consumidores passem a consumir este produto. Esse tipo de aposta normalmente tratam-se de tecnologias emergentes e/ou novos modelos de negócios, e dispõem de uma trajetória de melhoria enorme. Toda essa possibilidade de melhorias acrescenta ao produto ou serviço que, antes não satisfazia consumidores de produtos e/ou serviços de empresas líderes, disponham das funcionalidades que estes demandam, mas com uma ótima vantagem de custo em relação às empresas já estabelecidas.

“É a ruptura de novo mercado, na qual se concorre com os não-consumidores, isto é, oferecendo o produto a pessoas que até então não eram consumidores, muitas vezes a uma qualidade inferior, mas a um preço acessível.”

Nesse ponto de ruptura nota-se uma ameaça por parte desses novos mercados e, apesar da ameaça percebida por empresas/produtos/serviços já emergentes, a retaliação das empresas líderes é dificultada. Isso se deve à diferença de trajetória e formas de tecnologia, modelos de negócios e estruturas dos custos singulares das entrantes.

METODOLOGIA

O método a ser utilizado são pesquisas bibliográficas qualitativas por meio de leituras de artigos e de livros, buscado o conhecimento e entendimento sobre inovações disruptivas em meio ao empreendedorismo digital.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A inovação no âmbito da empresa é considerada uma fonte geradora de valor frente aos seus concorrentes, parceiros e clientes, ou seja, o conceito de inovação não é restrito apenas às concepções de altos investimentos em tecnologia e pesquisa e desenvolvimento, pois assume uma dimensão complexa diante de inúmeras oportunidades e desafios (Freeman, 2004). E também, “é a ruptura de novo mercado, na qual se concorre com os não-consumidores, isto é, oferecendo o produto a pessoas que até então não eram consumidores, muitas vezes a uma qualidade inferior, mas a um preço acessível.”

Nesse ponto de ruptura nota-se uma ameaça por parte desses novos mercados e, apesar da ameaça percebida por empresas/produtos/serviços já emergentes, a retaliação das empresas líderes é dificultada. Isso se deve à diferença de trajetória e formas de tecnologia, modelos de negócios e estruturas dos custos singulares das entrantes. Segundo Christensen & Raynor (1997) a Inovação Disruptiva (ID) tem origem em tecnologias que, na maioria das vezes, chegam com uma proposição de valor diferente e apresentam, no início, desempenho inferior àquele dos produtos estabelecidos, mas que, no geral, trazem menor custo para os consumidores, mais simplicidade, menor tamanho do produto e maior conveniência. No contexto empresarial têm-se observado movimentações que, por si só, despertam nos gestores e nos acadêmicos uma necessidade de melhor entender o que tem ocorrido.

A inovação disruptiva é considerada uma oportunidade de novos mercados. Em geral, por sua característica, apresenta produtos e serviços mais simples e baratos dos existentes, para clientes e consumidos menos exigentes. Uma estratégia de mercado à população menos favorecida financeiramente de bens e serviços, como uma proposta de atender essas pessoas que, até então, não tiveram acesso, oferecendo melhores condições de desenvolvimento e de abertura de novos mercados (Christensen, 2006).

Mercados surgem inadvertidamente. Produtos líderes de mercado desaparecem pela emergência de tecnologias e de modelos de negócio que não eram até então considerados como merecedores de atenção. Por vezes, tais movimentações implicam o fechamento de empresas bem estabelecidas ou a desativação de linhas inteiras de produtos, bem como o surgimento de outras. Uma causa para esse quadro pode estar em um tipo particular de inovação, denominado como inovação de ruptura ou disruptiva (CHRISTENSEN, 1997).

A teoria sobre a inovação disruptiva chama a atenção para o surgimento de privilegiadas nos mercados principais, mas que passam a ser cada vez mais adotadas pelos clientes, o que gera uma ruptura nos mercados estabelecidos (CHRISTENSEN, 1997).

25 a 27 de outubro de 2018

Conforme Yu e Hang (2010), o eixo principal para a ausência ou a presença de recursos necessários aos negócios disruptivos diz respeito ao processo de alocação desses recursos. As empresas que adotam modelos tradicionais de decisão – em particular quanto ao destino dos investimentos – são aquelas que derrapam na ID. Elas costumam estar aprisionadas na dependência de recursos acumulados por negócios maduros e “previsíveis”. Desse modo, faz-se necessária a constituição de orçamentos independentes para a ID, bem como, coerente com Freeman e Soete (2008), a ampliação das equipes de projeto específicas para essas inovações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, pretendeu-se verificar como os fatores determinantes da inovação disruptiva lucrativa promovem essas inovações no meio empresarial brasileiro. Nesse intuito, efetuou-se a identificação e descrição desses fatores, tanto no âmbito externo quanto interno à firma, inclusive com relação aos condicionantes do mercado, às estratégias para a inovação disruptiva, à atuação em rede das empresas e à apropriabilidade dos ganhos decorrentes.

REFERÊNCIAS

CHRISTENSEN, C. **The innovator's dilemma**: when new technologies cause great firms to fail. New York: Harvard Business Review Press, 1997.

Christensen, C. M. (2006). **The ongoing process of building a theory of disruption**. The Journal of Product Innovation Management, 23(1), p. 39-55.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

Freeman, C. (2004). **Technological infrastructure and international competitiveness**. Industrial and Corporate Change, 13(3), 541-569.

YU, D.; HANG, C. C. **Creating technology candidates for disruptive innovation**: generally applicable R&D strategies. Technovation, v. 31, n. 8, p. 401-410, ago. 2011. Disponível em: <http://ac.elsa.com.ez27.periodicos.capes.gov.br/S0166497211000411/1-s2.0-S0166497211000411-main.pdf?_tid=16ee8bcc-4d77-11e6ae4a00000aab0f02&acdnat=1468908636_6616c703866f9cdf5e00f2f9d8967db1>. Acesso em: 10 out. 2018.