



EDIÇÃO KATIA MILITELLO

1

IDÉIAS PARA O FUTURO: AGORA!

O GOOGLE MINEIRO_Centro de pesquisa e desenvolvimento de novos produtos em Belo Horizonte

ALÉM DOS MUROS

Metade do capital investido em pesquisa pelas empresas americanas, européias e japonesas vai para fora de seus países, diz estudo da consultoria Booz & Company. Quais as implicações disso?

POR RAFAEL BARIFOUSE

A última edição do mapa das mil empresas globais que mais investem em pesquisa e desenvolvimento, elaborado anualmente pela consultoria Booz & Company, revelou uma fotografia curiosa desses investimentos. O estudo Global Innovation 1000 mostra que 94% dessas companhias estão nos

Estados Unidos, no Japão e na Europa. Uma análise mais superficial poderia concluir que esses países dominam a inovação conduzida no mundo. Mas não é bem assim. O estudo aponta para uma tendência que só tem crescido. Assim como fronteiras geográficas deixaram de ser empecilho para novos ne-

gócios, a busca por inovação também se tornou global. Dos US\$ 492 bilhões gastos em 2007 por empresas americanas, européias e japonesas em P&D, 55% foram investidos fora de seus países-sede. E mais: 91% dessas companhias já fizeram algum tipo de projeto de inovação fora de casa. Segundo o estudo, isso reflete a necessidade de serem bem-sucedidas em uma economia global ao competir com rivais locais e internacionais mais especializadas. Revela ainda a necessidade de crescer em mercados desconhecidos, entender os consumidores, recrutar talentos e captar as melhores idéias.

A globalização da inovação vem acontecendo há décadas. O primeiro laboratório internacional da americana IBM, em Zurique, na Suíça, foi aberto em 1956. Estúdios de design de montadoras japonesas nos Estados Unidos datam dos anos 60. Mas o fenômeno tende a se expandir ainda mais nos próximos anos. A parcela de laboratórios montados em países estrangeiros passou de 45%, em 1975, para 66% em 2005. Entre 2004 e 2007, 83% dos novos centros de pesquisa migraram para China e Índia. Nas contratações, a participação desses países chega a 91%. Mas, diferentemente do que possa parecer, isso não elimina postos de trabalho nos locais de origem das empresas. Nos Estados Unidos, por exemplo, foram investidos US\$ 80,1 bilhões em pesquisas internacionais, mas US\$ 42,6 bilhões são originários de fora do país. Investimentos estrangeiros em pesquisa feitos nos Estados Unidos já são 40% do total.

Empresas que investiram mais de 10% do orçamento em pesquisa nos países emergentes tiveram valorização de 67% acima da média

O primeiro motivo apontado para a exportação de pesquisas é a busca por mão-de-obra mais barata para reduzir custos. Mas esta é apenas uma entre uma série de razões - e a mais decadente. Na Índia, por exemplo, o custo de um funcionário equivale, em 2005, a 53% do praticado nos Estados Unidos. No ano passado, já subiu para 65%. Em 2020, será de 90%. "Essa diferença está caindo rapidamente nesses países por causa da maior demanda por engenheiros habilidosos e outros talentos", diz o relatório da Booz & Company.

Com uma oferta de profissionais de ponta em países emergentes, eles se tornam peças-chave em todos os estágios da inovação - da idealização de projetos aos testes. Companhias globais estão aprendendo rapidamente quais países ganham em habilidades específicas, como

engenharia automotiva na Índia e eletrônica na China, e estão correndo atrás disso, revela o estudo. Há um segundo motivo para se pesquisar fora: a proximidade com esses mercados, cada vez mais importantes para a economia global, ajuda a entender suas peculiaridades e a fazer produtos melhor sucedidos.

É o caso da Visteon Corporation, fabricante americana de autopeças que gera 75% de sua receita anual, de US\$ 11,3 bilhões, em outros países. De seus 18 centros de pesquisa, apenas três estão nos Estados Unidos. "Temos laboratórios na China, na Índia e no Brasil porque um número crescente de automóveis está sendo feito e vendido nesses países", diz Asaf Farashuddin, vice-presidente de estratégia corporativa da Visteon. "Em cinco anos, a maior parte de nossa engenharia será feita nos emergentes."

A busca por uma inovação global já rende bons resultados. Entre as 184 empresas que mais investiram em P&D, aquelas que o fizeram em outros países apresentaram, em três anos, indicadores melhores de performance, como margem operacional e valor de mercado. Quem investiu mais de 10% em países emergentes cresceu 25% a mais em vendas e se valorizou 67% acima da média. Mas os pesquisadores alertam que não basta abrir vários centros mundo afora. Empresas com laboratórios mais focados, como é o caso do Google em Belo Horizonte (MG), onde mantém um centro de pesquisa e desenvolvimento para novos produtos, otimizam recursos e geram colaboração. O importante é avaliar o que será pesquisado e como isso se aplica à corporação e ao mercado. "A globalização criou um ambiente complexo e dinâmico. E a pesquisa começa a fazer parte dessa mudança", afirma o estudo.»

