

# Inovação no DNA

Inovar deve ser uma prática constante para empresas de qualquer ramo e tamanho que desejem despontar no mercado e se perpetuar

por Cléia Schmitz, Beatrice Gonçalves e Maycon Stähelin



Roberto Macêdo (na outra página) e os robôs da Armtec: Mulata (nesta página) e Saci

# Foto

No cerco competitivo que se fecha em torno das empresas só há uma saída: inovação. A sentença pode soar como mais um modismo do mundo corporativo, mas há exemplos de sobra que mostram o que uma gestão inovadora pode fazer por um empreendimento. Ou alguém acredita que a Petrobras teria descoberto petróleo no pré-sal não fossem seus investimentos em pesquisas com foco na inovação de processos? Ou ainda que a Tetra Pak seria o que é hoje se não tivesse criado a embalagem de longa-vida? "Temos várias pesquisas que mostram que a alteração do sistema produtivo por meio da inovação, tanto de produto quanto de processo, responde pela maior parte do aumento da produtividade de uma empresa", afirma o economista Paulo Mól, gerente de Estudos e Políticas Industriais da Confederação Nacional da Indústria (CNI).

A Armtec Tecnologia em Robótica, empresa criada em 2005 no curso de Engenharia Eletrônica da Universidade de Fortaleza (Unifor), é um caso típico de como a inovação pode trazer mais competitividade para toda uma cadeia de empresas. Em apenas quatro anos de existência ela conta com uma linha diversificada de produtos. O robô Saci, utilizado no combate a incêndios, foi só a primeira inovação da Armtec. O lançamento do protótipo foi feito no dia da formatura de Roberto de Lins Macedo, um dos seus idealizadores, o que o obrigou a colar grau por procuração. Mas valeu a pena. O Saci já está em sua quarta versão e a Armtec também fornece equipamentos de controle de tanques de gás, robôs de avaliação

de desempenho de pavimentação e soluções de segurança para as áreas de saúde e biotecnologia. No ano passado, o faturamento chegou a R\$ 850 mil, dos quais 30% voltam para pesquisa e desenvolvimento.

Roberto se orgulha de ser um braço de inovação para seus clientes. "Tivemos casos em que nosso produto melhorou o volume de produção em 1.500%, ainda resolvendo um passivo ambiental. Também proporcionamos a construção de uma estrada mais barata que dura 20% a mais de vida. A realidade é que cada produto da Armtec tem que fazer com que a inovação competitiva promova o crescimento mais rápido de nossos clientes, permitindo que a capacidade de investimento deles aumente e que possamos em conjunto promover um ciclo virtuoso de crescimento", afirma o empresário. Segundo ele, a proposta da Armtec é que o cliente, por comprar seus produtos e serviços, ganhe um setor de Pesquisa e Desenvolvimento com qualidade industrial em padrões internacionais interligado com o mundo. Roberto também faz questão de frisar que a Armtec é resultado da integração de vários atores, como governos, universidades e empresas parceiras.

"Inovação é mesmo um jogo de equipe", destaca o professor Guilherme Ary Plonski, presidente da Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec). E é bom que se diga logo que inovar não é uma prerrogativa de grandes companhias. Tampouco de negócios ligados à tecnologia. "Toda e qualquer empresa, inde-

pendente do segmento em que atua, pode e deve inovar", destaca Mário Barra, diretor técnico da Associação Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento das Empresas Inovadoras (Anpei). Para ele, desmistificar o conceito de inovação é um dos desafios para aumentar os investimentos na área. As três edições da Pesquisa Industrial de Inovação Tecnológica (Pintec), realizada pelo IBGE, mostram que apenas um terço das empresas brasileiras inova. "Estamos aguardando os dados da nova Pintec, em 2010, mas sabemos que o caminho é longo", afirma Plonski.

Outra pesquisa, a Global Entrepreneurship Monitor (GEM), mostra que a inovação ainda é ignorada pelas empresas brasileiras. O País tem uma das mais baixas taxas de lançamento de produtos novos e de uso de tecnologias disponíveis há menos de um ano no mercado. Somente 3,3% dos entrevistados afirmaram que seus produtos podem ser considerados novos para os clientes. E não é por falta de demanda. De acordo com o estudo, 33% dos consumidores demonstraram grande interesse em comprar produtos novos. Na Rússia e na África do Sul, o percentual de empresas que lançam produtos novos é superior a 20%, segundo a GEM. Os dados foram divulgados pelo Sebrae, parceiro do Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP), entidade que realiza o estudo no Brasil.

Para mudar esse cenário desvantajoso ao Brasil, entidades como Anpei, Sebrae e CNI reforçam suas ações de estímulo à inovação nas empresas. No início de outubro, a Anpei

# Foto

lançou o Guia Prático de Apoio à Inovação, publicação que reúne informações sobre todos os instrumentos oferecidos pelos diversos agentes que fomentam atividades inovadoras no País. Pesquisas mostram que muitos empresários sequer conhecem as leis de estímulo nessa área. "Quando perguntamos às empresas catarinenses se elas inovam, a maioria responde que sim, mas quando a pergunta é se conhecem a Lei do Bem e a Lei da Inovação, a resposta é: que leis são essas? Isso significa que muitas empresas inovam sozinhas, ou seja, tiram recursos do seu capital de giro por desconhecimento das oportunidades de financiamento e subvenção", lamenta Natalino Uggioni, superintendente do Instituto Euvaldo Lodi de Santa Catarina (IEL/SC).

Entre as micro e pequenas empresas (MPEs), o senso comum é de que "inovação é só para as grandes". Para desmistificar esse conceito, o Sebrae lançou no ano passado o programa Agentes Locais de Inovação. O objetivo é capacitar as empresas a fazer projetos para a captação de recursos. Com a atuação de 540 consultores, a entidade pretende chegar ao final de 2010 com 10.800 projetos elaborados, com qualidade suficiente para aprovação. Segundo Edson Fermann, gerente de Inovação Tecnológica do Sebrae, durante anos a principal meta da entidade foi aumentar a taxa de sobrevivência das MPEs. "Hoje não queremos mais que a empresa apenas sobreviva, mas que seja competitiva, agregue valor ao seu produto e cresça." Para Fermann, a inovação

é fundamental para se atingir esse objetivo, "é a chave para ajudar a elevar a participação das MPEs no PIB brasileiro". Atualmente, os negócios de micro e pequeno portes representam hoje 19% da economia do País. A meta do Sebrae, com os projetos de apoio à inovação, é elevar essa fatia para 40% do PIB.

## Manifesto

A CNI, por sua vez, lançou no dia 19 de agosto a Mobilização Empresarial pela Inovação (MEI). "É um manifesto que coloca a inovação no centro da agenda da indústria, no plano estratégico das empresas", afirma o gerente da entidade, Paulo Mól. A ação já é considerada por especialistas na área como um dos principais marcos da inovação no Brasil. "O manifesto é uma declaração pública de que o nível de consciência sobre o assunto se torna crescente", avalia o professor Ary Plonski, da Anprotec. O MEI traz metas específicas para o segmento industrial. "Hoje, cerca de 6 mil empresas brasileiras fazem pesquisa e cerca de 30 mil declaram inovar em produtos e processos. Temos uma meta: duplicar o número de empresas inovadoras nos próximos quatro anos", propõe o manifesto. Para a CNI, o maior desafio é a baixa qualidade da educação. "As deficiências nacionais em engenharia e ciências são inquietantes", destaca o MEI.

Para o professor Ary Plonski, a força mobilizadora em prol da inovação é muito importante, apesar do risco da banalização do

termo. "Hoje, a palavra inovação já é usada até mesmo para vender serviço de salão de cabeleireiro, mas pelo menos deixa de ser vista como sinônimo de mandar foguete para a Lua", afirma Plonski. Em geral, o conceito de inovação é dividido em dois tipos: radical e incremental. Inovações radicais são aquelas que resultam em produtos, serviços, métodos de gestão, estratégias de marketing e processos de produção e distribuição totalmente novos para o mercado. Já as inovações incrementais estão relacionadas a melhorias em cada um desses processos. Assim, a primeira câmera digital é um exemplo de inovação radical. Já as melhorias que foram sendo implementadas no equipamento desde sua criação são inovações incrementais.

O agravante é que entre as empresas que se dizem inovadoras, a maior parte resume seus investimentos à compra de equipamentos mais modernos. "O problema é que esses empreendimentos acabam inovando só para si mesmos e não para o mercado. Diante dos competidores continuam os mesmos", afirma Paulo Mól. Para ele, isso acontece porque o Brasil teve uma industrialização tardia em relação a países da Europa e América do Norte. Na visão do economista, por um lado essa questão pode ser considerada positiva porque o País consegue dar um salto de produtividade com o que ele chama de inovação barata. Às vezes, basta trocar uma máquina antiga por outra de última geração para dobrar a produção. "O risco é as empresas acharem que

# Foto

inovação é só isso e não promoverem mais nada. Essa modernização tecnológica é só o primeiro passo", ressalta Mól.

A solução, segundo o economista, é estimular os empresários a investir na gestão da inovação, ou seja, colocar o tema no centro da política da empresa. "É preciso inserir a inovação no DNA da empresa", resume Natalino Uggioni, do IEL/SC. Em muitos ambientes empresariais, o tema só é levantado na hora em que sai uma chamada pública para inscrição de projetos com o propósito de captação de recursos. "É inadmissível fazer inovação de forma descontinuada, como se fosse uma brigada de incêndio", afirma Uggioni. Para ele, toda empresa deve ter uma carteira de projetos definida, sintonizada com seu planejamento estratégico. "Afinal, inovação é o que faz a diferença na perpetuação da empresa, é a segurança contra a irrelevância que existe no mercado. Quando uma empresa inova, ela se posiciona e sai na frente", conclui Uggioni.

Há dois anos, a Ciser - há mais de 50 anos no mercado de porcas e parafusos - decidiu levar a inovação para as discussões de seu plano estratégico. "Percebemos que, dentro de um segmento conservador como o nosso, ao priorizar a inovação estaríamos saindo na frente de nossos concorrentes", explica Guido Ganassali, gerente de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (PDI) da empresa. Uma das ações já colocadas em prática foi a criação do Prêmio Ciser de Inovação Tecnológica. O executivo explica que o objetivo é estimular

estudos acadêmicos na área de atuação da empresa, hoje quase inexistentes. "Com a criação da área de PDI, no ano passado, também montamos um sistema de inovação próprio, cujo objetivo é dar método para a captação de idéias e a transformação dessas idéias em projeto e, conseqüentemente, em um negócio, quer seja um produto, um serviço ou uma melhoria estrutural da empresa", destaca Ganassali.

Segundo o gerente, hoje a Ciser investe

em inovação com o objetivo não só de atender o mercado, mas principalmente de surpreender seus clientes. "Muitas vezes, por não conhecer o produto, o cliente não tem a percepção da necessidade. Nosso trabalho é oferecer soluções que ele nunca pensou que pudessem ser criadas", diz Ganassali. Entre as inovações da Ciser, destaca-se o Tenex, um sistema de aperto com um dispositivo que garante a fixação precisa de parafusos, o que torna a montagem de uma torre de transmissão de energia elétrica, por exemplo, muito mais segura. Em desenvolvimento, há ainda um grupo de fixadores inteligentes que mudam de cor quando submetidos a algumas solicitações mecânicas ou elétricas, perfeitos para empresas que exigem alto grau de confiabilidade. "Para os produtos já lançados, temos tido vendas extremamente satisfatórias, e para aqueles em prospecção, há uma coletânea de clientes que, inclusive, participarão do desenvolvimento", afirma o executivo.

## Avanços

Nos últimos anos, o Brasil teve alguns avanços significativos em favor da inovação. A Lei da Inovação, que em dezembro completa cinco anos, e a Lei do Bem, de 2005, trouxeram estímulos importantes como a subvenção econômica direta de projetos com caráter inovador e incentivos fiscais para empresas que investem na área. Já não era sem tempo. Ainda ocupamos uma posi-

# Foto

# Foto

ção lamentável no ranking mundial da inovação, realizado pela revista The Economist: 49<sup>a</sup>, atrás da China (46<sup>a</sup>), que ganhou cinco posições entre 2006 e 2008, enquanto nós perdemos uma no mesmo período. De acordo com estudo divulgado pela Organização para Cooperação do Desenvolvimento Econômico (Ocde), em 2008 a China investiu 2% do PIB em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), enquanto no Brasil esse percentual não chegou a 1%. A meta do governo brasileiro é investir 1,5% do PIB em 2010.

No ano passado, só o BNDES distribuiu R\$ 1,4 bilhão em recursos para linhas de fomento à inovação. Até julho deste ano, o montante chegava a R\$ 750 milhões. Para diminuir os efeitos da crise econômica, o banco reduziu as taxas de algumas linhas e espera um aumento dos recursos financiados em relação ao ano passado. Segundo Helena Tenório, chefe do Departamento de Programas e Políticas do BNDES, houve uma mudança com relação ao conceito de inovação na forma de atuar do banco. "O foco não é mais o projeto, mas a capacidade da empresa em inovar", explica. Outra ferramenta da instituição para estimular a inovação é o Cartão BNDES. De acordo com Vitor Hugo Justino Ribeiro, gerente do Departamento de Operação de Internet, responsável pelo cartão, em 2009 o produto ampliou o escopo de serviços tecnológicos.

Uma das grandes vantagens do cartão BNDES é que não é necessária a apresentação de projetos, já que se trata de uma

linha com limite de crédito pré-aprovado. A ferramenta também atende à demanda por crédito de empresas que precisam de financiamento de baixo valor para investir em inovação. Até o início de outubro, quatro operações de serviços de inovação já haviam sido realizadas pelo cartão. "É preciso aprimorar os financiamentos para empresas de pequeno porte. O limite mínimo é de R\$ 150 mil por projeto, um valor muito alto para microempresas", afirma Fermann,

do Sebrae. Ele conta que ao articular um empréstimo de menor valor para quatro empresas produtoras de abas de boné de Apucarana (PR), a entidade conseguiu fazer com que a importação desse item não fosse mais necessária no Brasil. Juntas, as empresas tomaram R\$ 120 mil - R\$ 36 mil no máximo por empreendimento.

O problema é que, na prática, as leis e as linhas financeiras de fomento ainda beneficiam um grupo muito restrito de empresas. "A dedução do imposto de renda prevista pela Lei do Bem, por exemplo, vale apenas para empresas que declaram o IR pelo lucro real, o que em tese é feito apenas por grandes corporações", afirma Paulo Mól. O Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) concorda que ainda há muitas lacunas, mas acredita que é preciso consolidar os instrumentos do jeito que foram concebidos para depois resolver os problemas. Para Marcos Vinícius de Souza, diretor de Articulação Tecnológica da Secretaria de Tecnologia Industrial do MDIC, o principal objetivo do ministério é fazer com que a P&D saia da academia e vá para o mercado. "O foco dos investimentos é transformar o conhecimento em produto. Isso é inovação", destaca. Para colocar a inovação no centro das discussões e tirar o foco só do segmento tecnológico, o MDIC está transformando a atual secretaria em uma Secretaria de Inovação.

O caso da ESSS, empresa catarinense especializada em tecnologias de simulação compu-

# Foto

# Foto

tacional em engenharia, mostra que a preocupação do MDIC faz sentido. Criada há 15 anos a partir de um grupo de P&D do curso de Engenharia Mecânica da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), a ESSS tem entre seus clientes grandes empresas como Shell, Petróbras, Vale e Embraer. Mas o diretor de engenharia, Marcus Vinícius Reis, reconhece que o início foi difícil. "Nossa maior dificuldade não era a falta de idéias, mas como capitalizá-las, ou seja, como transformá-las num produto", lembra o empresário, na época com apenas 21 anos. "Nós éramos bons tecnicamente, mas não entendíamos nada de negócios e demoramos mais para dar o startup porque tivemos que aprender com tentativa e erro", complementa. Hoje a empresa tem cerca de 100 funcionários e já recebeu dois prêmios Finep (Financiadora de Estudos e Projetos) - um regional e outro nacional.

Para ajudar empresas nascentes, a Finep lançou no final do ano passado o Programa Primeira Empresa Inovadora (Prime). São R\$ 230 milhões destinados para empreendimentos de base tecnológica com menos de dois anos numa parceria com 17 incubadoras, responsáveis pela seleção dos projetos e pelo repasse da verba. Na primeira chamada, mais de 3 mil empreendimentos de 330 municípios se candidataram para receber cada um até R\$ 240 mil em dois anos, sendo R\$ 120 mil não-reembolsáveis e o restante pago em 100 parcelas com juro zero. Segundo Gina Paladino, superintendente da Área de

Pequenas Empresas Inovadoras da Finep, nunca na história da instituição houve um programa com tanta capilaridade nacional. Antes de lançar o Prime, a Finep foi ao mercado conversar com as empresas que eram alvo do projeto para confirmar se ele atendia às expectativas e necessidades.

A Ceres Agricultura de Precisão é uma das empresas selecionadas para o Prime. Originária de um projeto de estudantes do

# Foto

Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC), a empresa tem como objetivo desenvolver produtos com tecnologia nacional, para oferecer preços acessíveis e equipamentos de qualidade aos agricultores brasileiros. Além da economia gerada ao produtor através da otimização na aplicação de insumos agrícolas, os equipamentos contribuem para a redução de impactos no meio ambiente. "Os equipamentos e técnicas relacionadas à agricultura de precisão ajudam a minimizar o contato do solo e da água com fertilizantes e agrotóxicos, preservando o solo para as próximas gerações", explica Jeferson Magalhães, um dos idealizadores do empreendimento.

Para o empresário, os recursos do Prime serão essenciais para a contratação de um gestor que ajude a colocar no mercado o primeiro produto da empresa, em fase final de desenvolvimento. Afinal, entre os sócios, ninguém tem experiência em gestão de negócios. Com apenas um ano de vida, a Ceres também foi vencedora do Sinapse da Inovação 2008 (Fundação Certi/Fapesc), finalista do Prêmio Técnico Empreendedor 2008 (Sebrae/Mapa/MEC) e terceira colocada no Prêmio Agroambiental Monsanto 2009. "Ter um projeto reconhecido, através de prêmios e subvenções, é muito importante nesta fase do negócio, pois credencia nosso trabalho junto a parceiros, fornecedores e clientes", afirma Magalhães. E o empurrãozinho que falta para que a pesquisa deixe a academia e chegue a um mercado sedento por inovação. **(Cléia Schmitz)**