

INOVAÇÃO - Empresas brasileiras têm baixa taxa de inovação e produtividade reduzida. Esses foram os temas centrais do 16º SAP Forum, realizado em SP

Fraca escolaridade é uma das causas principais

BIANCA MELLO

Durante a 16ª edição do SAP Fórum, promovido pela empresa desenvolvedora de softwares de gestão SAP, executivos da empresa e empresários brasileiros discutiram a respeito do tema "Reinvente seu Negócio. Crie seu Futuro". O evento promoveu painel de presidentes de várias empresas com o principal executivo da SAP Brasil, Luís César Verdi. O tema central das discussões foi a baixa taxa de inovação das empresas brasileiras.

O professor de economia do Instituto de Ensino e Pesquisa (Insper) e Universidade de São Paulo (USP), Naércio Menezes Filho, mostrou que a produtividade do trabalhador brasileiro é apenas um quinto do profissional americano. Ao passo que na Coreia, o trabalhador tem produtividade que corresponde a um terço do americano, ou seja, três vezes maior que a do brasileiro. Segundo Naércio Menezes, a inovação é o caminho para a empresa ter crescimento da produtividade, o que levaria o País ao crescimento econômico sustentável - sem depender muito de política cambial ou taxa de juros.

Menezes mostrou que o crescimento da produtividade no trabalho em países do BRICs (sigla que se refere a Brasil, Rússia, Índia e China) foi de cerca de 6% ao ano, entre 2005 e 2010. No caso brasileiro, o aumento foi de apenas 2% ao ano em igual período. "O Produto Interno Bruto (PIB) cresceu muito menos que o das outras economias emergentes e nós crescemos a custa de empregos. Só vamos conseguir ganhar mercado se tivermos crescimento sustentável, o que vem por meio de produtividade", ressaltou.

O professor apresentou dados que indicam o grau de dificuldade das empresas em conseguir patentes nos escri-



Rodrigues e Cardenuto durante a discussão sobre inovação

tórios americanos. Segundo os gráficos, 60% das patentes nos Estados Unidos são obtidas por firmas americanas, 24% pelas japonesas, 6% pelas coreanas e 2% pelas inglesas. A participação brasileira é praticamente nula, ressaltou.

Menezes acredita que a estrutura tributária, crédito caro e a dificuldade de abrir ou fechar empresa. Ele acredita também que a distância entre empresas e universidades dificulta a transferência das novas ideias para a aplicação na criação de novos produtos. "Os empresários querem inovar, mas as leis são tão complicadas que acabam desistindo", destacou Menezes.

UNIVERSIDADE. O presidente da Alpargatas, Márcio Utsch, observou que a empresa, às vezes, não encontra forma de entrar na universidade quando querem promover concurso para o design de uma nova sandália, por exemplo. "Você sabe que precisa daquilo, mas não consegue acessar. É preciso encontrar meio de resolver esta questão de maneira definitiva", enfatizou Utsch.

Outros agravantes, na opinião de Menezes, é o fato de as

empresas brasileiras ainda adotarem práticas de gestão ultrapassadas, onde não há sistema de promoção baseado no mérito, nem sistema de metas para cada pessoa da empresa, e a precária educação. "Os países com os quais queremos competir como a Coreia, Finlândia, Canadá possuem qualidade de educação muito boa e, portanto, quando as crianças chegam ao mercado de trabalho, sabem lidar com novas tecnologias, resolver problemas, se adaptam a novas situações e decodificam inovações que vêm de fora. No Brasil, estamos muito atrás em relação a isso", concluiu o professor.

De acordo com Márcio Utsch uma das soluções aplicadas na Alpargatas foi colocar 100% dos mais de 17 mil empregados trabalhando em regime de remuneração variável, que visa justamente incentivar e premiar os funcionários pela produtividade. O executivo reconheceu que a Alpargatas ainda está engatinhando. Resaltou, porém, que muitas companhias nacionais já adotam o regime de meritocracia, como siderúrgica Gerdau, por exemplo.

A Alpargatas é a empresa que fabrica as sandálias Havaianas - marca que se reinventou ao longo dos anos e deixou de ser apenas uma sandália de borracha durável e se tornou acessório de moda. Segundo o presidente da companhia, isto foi possível depois que passaram a agregar atributos mais emocionais à marca que antes só visava o racional, que era qualidade e preço.

DESENVOLVIMENTO. Luis César Verdi sublinhou que a SAP Brasil tem procurado estimular a inovação espalhando laboratórios de desenvolvimento pelo mundo. Até como forma de ganhar com a diversidade. O País hoje é sede de um desses laboratórios, que está dentro do campus da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), em São Leopoldo, Rio Grande do Sul.

O presidente da SAP América Latina, Rodolfo Cardenuto, explicou que o laboratório no Brasil tem cerca de 500 funcionários e, por meio da parceria com a universidade. "Temos todo um programa de incentivo para atraí-los. Buscamos pessoas que possam nos ajudar a desenvolver novas soluções e criamos um plano de carreira para que estes jovens permaneçam na SAP", frisou.

Cardenuto destacou que enxerga os problemas do Brasil como oportunidades. Para ele, a empresa aprende com seus clientes e busca inovar e se reinventar a cada dia.

De acordo com o presidente da Marítima Seguros, Francisco Vidigal, como a empresa atualmente é 50% brasileira e 50% japonesa, o que fazem é tentar juntar o jeitinho brasileiro e a proximidade com o cliente com a seriedade japonesa no controle dos negócios. "A tecnologia também é algo que está no sangue dos japoneses, o que faz com que tenhamos hoje um diferencial de mercado", assinalou Vidigal.