

Fatores que limitam a inovação e estratégias de crescimento

Por Paula Pereira
10/07/2013

O setor industrial brasileiro ainda dá passos lentos rumo à inovação. Os dados das duas últimas Pintecs (Pesquisa de Inovação Tecnológica), elaboradas pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), demonstraram um aumento no percentual de indústrias que inovaram e na taxa geral de inovação. No período 2003-2005 foi de 34,4% e, em 2006-2008, subiu para 38,6%. No contexto mundial, o país também ganhou posições, pelo menos no ranking do **Global Competitiveness Index** (GCI), publicado pelo Fórum Econômico Mundial. Dados relativos aos períodos entre os anos de 2010-2011 e 2012-2013 mostram que no primeiro período o Brasil ocupava o 58º lugar e no segundo o 48º. Parte dos avanços se deve aos programas de incentivo à inovação do governo federal e de governos estaduais que oferecem oportunidades para que pequenas, médias e grandes empresas inovem, mas ainda é baixa a taxa de adesão de empreendedores.

Há inúmeros fatores que contribuem para a taxa de inovação ser ainda pouco expressiva no país. Para a professora Anapátricia Vilha, da Universidade Federal do ABC e doutora em política científica e tecnológica pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) alguns desses fatores são: a baixa qualificação de profissionais, burocracia local, alta carga tributária, hiato entre empresas e universidades e a cultura empresarial calcada numa visão de curto prazo; o que gera baixo investimento em pesquisa e desenvolvimento (P&D). Rolf Sitta, diretor tecnológico do Ciesp (Centro das Indústrias do Estado de São Paulo) diz que para a inovação se difundir é preciso um ambiente econômico estável que valorize o setor produtivo, políticas de desenvolvimento, gestão pública planejada e um estado menos burocrático. "Tecnologia existe e está em constante desenvolvimento, faltam políticas claras e aplicáveis", explica ele.

As variáveis macroeconômicas – câmbio, juros, inflação –, que também são apontadas como fatores de influência nos baixos índices de inovatividade da indústria brasileira são relevantes, mas insuficientes para explicar o atual desempenho, segundo Glauco Arbix, presidente da Finep – Agência Brasileira de Inovação (antiga Financiadora de Estudos e Projetos), uma das principais agências de fomento do país. O importante, para ele, é o Brasil aumentar a produtividade da economia, o que se faz com tecnologia e inovação. Mas Arbix se mostra otimista, e diz que acredita que a estrutura industrial brasileira está mudando e que um número crescente de empresas passou a internalizar a inovação em suas estratégias de crescimento.

A inovação é apontada como fator essencial ao desenvolvimento das indústrias. Num mercado crescente e competitivo, é responsável pela oferta de novos produtos e empregos, aumento dos lucros e pela conquista de novos mercados. Embora comumente associada à criação de um produto, a inovação pode ser aplicada a processos que permitam a redução dos custos de produção e aumento da competitividade de forma sustentável. Há também empresas que atraem novos clientes trabalhando com novas formas de visibilidade da marca por meio da inovação em marketing, por exemplo.

A aproximação com instituições e universidades, segundo Rolf Sitta, é um bom caminho e importantíssimo para garantir as etapas de P&D. "Os organismos de fomento são indispensáveis ao sucesso. Assim como os convênios, os meios de aquisição deste

conhecimento e a participação do governo são imprescindíveis para criar as bases estruturais de inovação” afirma Sitta.

A taxa de inovação varia conforme o setor industrial e o porte das empresas. A última Pintec (2008) mostrou que o setor que mais inovou foi o da indústria de transformação, com taxas de 83,2% da indústria de automóveis, camionetas, utilitários, caminhões e ônibus; 63,7% dos produtos farmoquímicos e farmacêuticos; 63,5% de outros produtos eletrônicos e ópticos; 58,1% dos produtos químicos; 54,6% equipamentos e comunicação; 53,8% dos equipamentos de informática e periféricos; 51% máquinas e equipamentos e 49% componentes eletrônicos. Dentre todos esses, Sitta destaca o setor automotivo e o de energias renováveis, embora considere que a inovação está de modo geral em todos os setores.

Mapa Estratégico da Indústria 2013-2022

De olho no cenário da inovação na indústria nacional, a CNI (Confederação Nacional da Indústria) elaborou o Mapa Estratégico da Indústria para o período de 2013 a 2022, no qual apresenta ações que precisam ser trabalhadas para melhorar o crescimento econômico do país. O Mapa é resultado da colaboração de mais de 500 representantes empresariais para definir ações que impulsionem o crescimento das indústrias brasileiras. As projeções feitas para 2022, ano em que o Brasil comemorará 200 anos de independência, são bastante otimistas. Espera-se que, até 2022, das indústrias extrativas e de transformação que inovam, cerca de 30% delas tenham utilizado incentivos públicos de financiamento para exercer alguma atividade inovadora (Figura 1).

Segundo o IBGE (2008), o percentual de empresas que inovam com o uso de financiamentos ainda é muito baixo. Apenas 16,2% das empresas de grande porte, com mais de 500 funcionários fazem uso deste recurso e se forem consideradas as empresas de pequeno e médio porte, apenas 1,1%. Uma das razões do baixo acesso de empresas menores a financiamento é a falta de conhecimento sobre como usufruir das leis de incentivo.

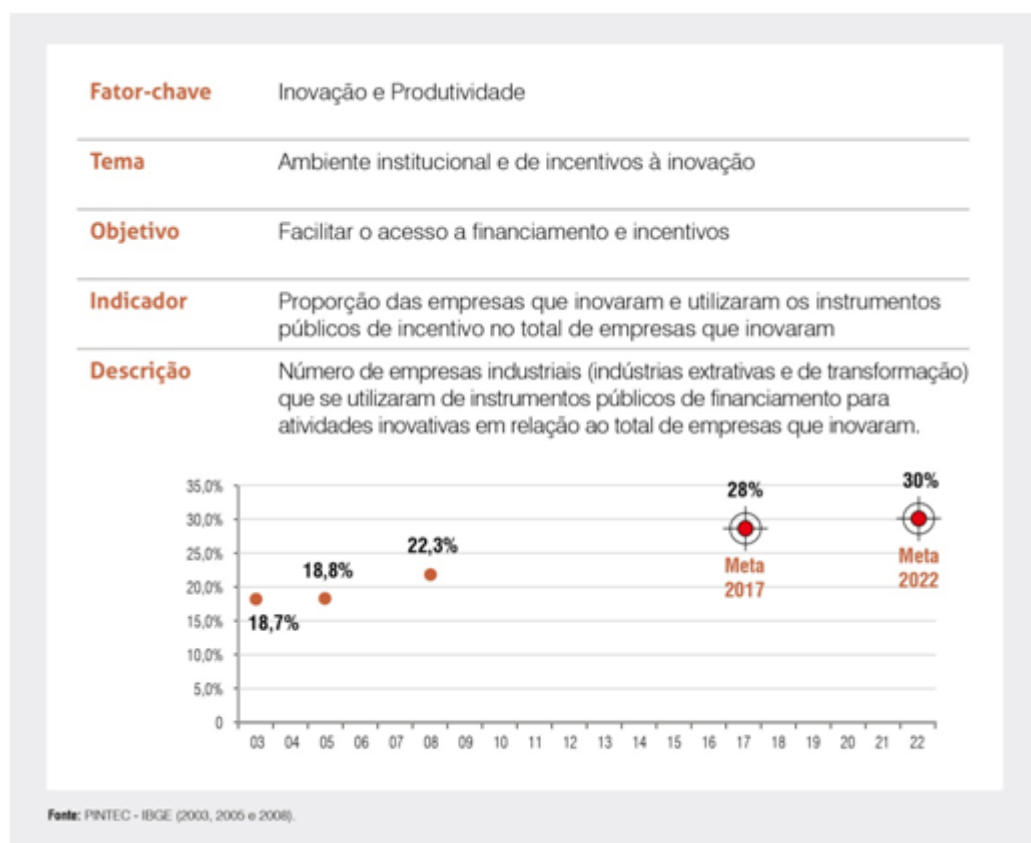


Figura 1: Percentual de indústrias extrativas e de transformação que usam investimentos públicos para inovação

Arbix afirma que “mesmo com o ritmo lento da economia nos últimos dois anos, os pedidos de financiamento para inovação seguiram em ritmo crescente”. Para ele, existe uma forte relação entre o investimento público e privado no Brasil. “Já se sabe, por exemplo, que cada R\$ 1 de apoio público da Finep concedido para o investimento em inovação empresarial gera um R\$ 1 a mais de investimento empresarial sem incentivo governamental por meio da Agência”.

Embora poucas empresas busquem esses recursos, as que o fazem têm mostrado eficiência em seu crescimento. Os apoios da Finep não são os únicos no país, mas têm sido fundamentais para algumas empresas. Os programas que a agência oferece e executa são bastante diversificados, conseguindo atender a diferentes setores e firmas de estruturas bastante diferenciadas. Arbix lembra que “a Finep financiou desde o embrião da TV digital no Brasil até estudos e desenvolvimentos em neurociência – hoje uma referência mundial –, e que incluem o objetivo de colocar um paraplégico para dar o pontapé inicial da Copa do Mundo de 2014”.

Entre as empresas que contaram com algum investimento em inovação via Finep estão a Embraer, Natura, WEG, Embraco, Braskem, Marcopolo, CTC, Bematech, Serttel, Daccord, Pentop do Brasil, Armtec, sendo algumas delas reverenciadas como modelos a serem seguidos por conseguirem inovar, colocando produtos diferenciados no mercado interno, mas também por exportarem.

As leis e regulamentos de incentivo são outro tópico avaliado pelo estudo da CNI. Avanços precisam ser feitos nesse quesito, pois impactam diretamente na capacidade de inovação das empresas. A demora na regulamentação de acesso à biodiversidade brasileira é um exemplo. Outro fator limitante diz respeito à propriedade intelectual na qual os processos de concessão de patentes poderiam ser mais ágeis e simples, ao mesmo tempo em que se reconhece a necessidade de estimular a interação entre

indústrias e centros de pesquisa.

O Mapa aponta alguns setores de tecnologias emergentes, tais como o de biotecnologia, automação e robótica e tecnologia da informação e comunicação. A mudança no perfil socioeconômico, com aumento da classe econômica C, que hoje corresponde a 55% da população brasileira, também é vista como fator que aumentará o mercado consumidor interno. O investimento em inovação impulsiona a produtividade para atender o mercado consumidor e incentiva melhores práticas de sustentabilidade, já que introduz modelos que agredem menos o meio ambiente.

As indústrias, conforme seu porte e setor de atuação, possuem diferentes necessidades a serem atendidas ao pensarem em modificar sua organização, investirem na criação de um novo produto ou estratégia de marketing. Daí a importância de haver agências que estimulem seu desenvolvimento ao mesmo tempo em que compreendam suas prioridades. As pequenas empresas têm necessidades imediatas e a inovação pode estar distante da realidade delas, pois o que precisam, a curto prazo, é baixar preço para se tornarem competitivas. "Empresas de pequeno porte têm recursos limitados, uma gestão que se confunde entre a gestão de um patrimônio pessoal e empresarial. Com exceção das empresas de base tecnológica, que já nasceram com DNA voltado para inovação, as pequenas e médias pensam a inovação em decorrência das parcerias que elas podem fazer com seus fornecedores e seus clientes", comenta a professora Anapátria Vilha.

Ações de incentivo à inovação

Parcerias entre empresas privadas e atores externos, como universidades, centros de pesquisa e tecnologia, são uma boa estratégia para promover a inovação, mas ainda é preciso intensificar o diálogo entre essas empresas e ações governamentais para colocar o Brasil em posição de destaque. Muitos organismos têm programas de incentivo à inovação, seja através da disponibilização de recursos financeiros, seja na forma de assistência/consultoria à empresa interessada. A Finep com programas setorializados ou não, o BNDES (Banco Nacional do Desenvolvimento) e o Banco do Nordeste através do Programa de Financiamento à Inovação-FNE são exemplos de organismos financiadores de inovação. As fundações estaduais de amparo à pesquisa também oferecem programas para estimular projetos inovadores, em modelos que unem empresas e instituições de ensino e pesquisa. Cabe aos diversos setores da economia uma articulação para que as empresas associadas consigam usufruir desses incentivos, como o Programa de Inovação da Fiesp, Ciesp e Senai que busca atender às necessidades das empresas locais para se tornarem mais competitivas.

O presidente da Finep lembra que a agência apoia a inovação em todos os setores industriais e também no setor de serviços. Segundo ele os principais instrumentos para apoio a empresas são o crédito e a subvenção econômica. "Temos atualmente 210 operações de crédito ativas e 292 operações de subvenção econômica. Somadas as demais formas de apoio – projetos cooperativos com ICTs e investimento via fundos –, apoiamos um total de 700 projetos, correspondendo a em torno de 750 empresas beneficiadas, considerando que alguns projetos beneficiam mais de uma empresa e apenas em torno de 7,5% das empresas possuem mais de um projeto apoiado".

A distribuição desses canais de apoio por tamanho das firmas ficaria assim: em torno de 23% são grandes, 35% médias, e 42% pequenas. Em relação às operações de crédito, Arbix ressalta que dentro do quadro regulatório atual, há uma predominância de grandes e médias empresas e explica que as pequenas ficam em desvantagem por apresentarem mais dificuldades de garantia para suas operações de crédito.

Em março deste ano, foi lançado o Plano Inova Empresa, o qual aloca R\$ 32,9 bilhões para a inovação e representa a prioridade dada pelo governo brasileiro à geração de tecnologia em áreas estratégicas, com destaque para a elevação do investimento em

P&D das empresas. O objetivo é aumentar a produtividade e a competitividade da economia. A Finep e o BNDES são os principais executores do Plano, que foi elaborado a partir de uma articulação inédita no governo, envolvendo 12 ministérios, empresas públicas e agências.

Segundo o presidente da Finep "o Plano está sustentado em quatro pilares: Foco em inovação; Prioridade nos setores definidos pelo Brasil Maior; Integração dos Instrumentos de crédito, subvenção, cooperativo não-reembolsável e investimento em participação; e Descentralização do crédito e da subvenção para micro, pequenas e médias empresas".

Ele explica que os diversos instrumentos para financiamento à disposição da Finep são capazes de cumprir funções distintas, a exemplo do uso do poder de compra do Estado para fortalecimento de setores menos desenvolvidos. A oferta de programas integrados seria, em sua opinião, "a melhor forma de atender assertivamente às reais necessidades dos planos de investimento das empresas".

Modelo de Inovação Aberta

Algumas empresas buscam soluções para seus problemas e novas oportunidades de invenção ampliando a relação com atores externos, como clientes, fornecedores, universidades e instituições de pesquisa. Este modelo, conhecido como Inovação Aberta, tem se mostrado um meio eficaz para a inovação industrial.

Um exemplo bem sucedido deste modelo é da empresa de cosméticos Natura que, desde 2006, desenvolve o programa Natura Campus firmando parceria com universidades e centros de pesquisa e tecnologia. O sucesso do programa, associado ao forte investimento em pesquisa e desenvolvimento, fez com que a empresa ficasse em 2º lugar no Prêmio Finep de Inovação 2012, na categoria Grande empresa. No mesmo ano, a revista Forbes posicionou a Natura em 8º lugar na lista das 50 empresas que mais inovam no mundo.

A empresa é também um exemplo de inovação tecnológica, mercadológica e organizacional. A partir do uso sustentável da biodiversidade, ela conseguiu alavancar tecnologicamente seus produtos orquestrando toda uma rede de fornecedores primários (extrativistas da Amazônia) e secundários (fornecedores de óleos naturais). "Ela combina com sua estratégia de parcerias externas e tem uma interface muito estreita com universidades e empresas de outros setores industriais, lidando com tecnologia de fronteira no campo da petroquímica, da nanotecnologia e da biotecnologia e marca um serviço diferenciado num mercado que não estava até então preocupado com o uso sustentável de artigos naturais", comenta Anapátricia Vilha.