

Dicas de um inovador para quem está começando agora !!!

Por Eduardo Ferraz

Numa entrevista à EXAME, [Gobbato](#)¹ deu dicas sobre como conduzir a inovação no dia-a-dia:

Pense grande: Não adianta investir em inovação pensando só no mercado interno. Isso não existe mais, existia há dez anos. Quando você concebe um produto novo, você tem que pensar no mundo inteiro, mesmo que você não vá vender lá fora.

Como garantir a inovação: Só tem um jeito - investir em P&D e ter uma equipe própria de desenvolvimento. Tecnologia se compra, mas quando você compra uma tecnologia é porque ela não vale mais. Ninguém vende tecnologia se precisa dela. Há 25 anos, quem vendia tecnologia achava que você, por estar no Brasil, nunca ia ameaçar seu mercado. Então ele faturava alguns milhões de dólares a mais com royalties. Hoje, ninguém vende mais tecnologia sensível. Você pode até comprar alguma tecnologia, mas para tornar isso algo comercial, rentável, tem de ter uma equipe de desenvolvimento para sorver essa tecnologia.

O papel da universidade: A universidade é importantíssima para complementar o seu trabalho e não como fonte única de P&D da sua empresa. A universidade tem a visão acadêmica. Na hora de transformar um produto em algo de apelo comercial, só a sua equipe, que já está cheia de calos pelas mancadas que deu no mercado, é que vai poder fazê-lo.

Os riscos da inovação e como minimizá-los: Se você não quer aceitar os riscos da inovação, então esqueça esse negócio. Você tem que entrar sabendo que nem tudo vai certo. Inovação tem risco e não é no primeiro insucesso que você vai jogar a toalha. Para minimizar o risco, você tem que responder a cinco perguntas:

1. *O que o meu cliente quer?*
2. *Como fazer um produto global e competitivo?*
3. *Será que tenho as pessoas corretas para fazer esse desenvolvimento?*
4. *Será que meu parceiro é o correto; será que tem a experiência necessária para isso?*
5. *Tenho um orçamento bem definido e controlado?*

Como lidar com os pesquisadores: Para lidar com pessoal de pesquisa e desenvolvimento é preciso paciência. As pessoas que trabalham em pesquisa e vendas são bem diferentes. É preciso respeitar a maneira de trabalhar deles. Apesar de ter um cronograma e uma meta, eles normalmente não gostam de trabalhar sob pressão. É preciso ter habilidade para botar pressão na equipe sem que eles percebam que estão sendo pressionados.

Apressar demais o desenvolvimento é perigoso: Se você pressionar demais os pesquisadores e não lhes der um tempo razoável para que façam o desenvolvimento, você não vai ter produtos bem resolvidos. Porque o pessoal acaba não criando - e a principal matéria-prima do desenvolvimento é a criatividade. Ou seja, não dá para tentar buscar o desenvolvimento no tempo mais curto possível. Isso só existe em livros. Na prática, o que existe é o tempo correto para desenvolver um produto - algo que se descobre na prática, com a experiência.

Planejamento é fundamental: O planejamento estratégico deve ser para cinco anos, no mínimo. É preciso saber, imaginar, sonhar onde vai estar em cinco anos, para poder se preparar para chegar lá. Não estou falando do negócio, que isso é obrigação de qualquer executivo. Mas de produto. Você tem que ousar, imaginar o que o mercado vai querer daqui a cinco anos e colocar isso no seu planejamento estratégico de acordo com sua experiência no mercado. Tem que antever os próximos passos, perseguir essa meta e ir corrigindo essa rota no meio do caminho. É melhor ter um planejamento e ir corrigindo-o, do que não planejar nada.

Adrenalina: A motivação do negócio é que ele se obsoleta a cada três ou cinco anos. Isso nos mantém com uma adrenalina alta. A graça é se manter sempre atualizado e estar sempre inovando.

O ônus de fazer inovação no Brasil: No Brasil, faltam financiamentos adequados e uma classificação fiscal de importação adequada para motivar a produção interna. As alíquotas de importação de produtos eletrônicos acabados e de insumos eletrônicos que não são fabricados no país são muito parecidas. É uma carga tributária muito desigual para se competir no mercado externo. Mas você tem que lutar para ser criativo e competitivo mesmo com essa carga tributária grande. Nossas universidades também estão muito carentes de recursos. De vez em quando um professor não tem equipamentos necessários para te ofertar um desenvolvimento. E também são carentes em recursos para pesquisas. Isso força a busca por centros de pesquisa bem aparelhados no exterior, que dão resultados mais rápidos do que em universidades e centros de pesquisa brasileiros. Há alguns centros de excelência no Brasil, é verdade, mas, de modo geral, a maioria tem carência de recursos.

O bônus de fazer inovação no Brasil: É a sensação de que você está contribuindo para o nível de inovação do país, que está dando emprego para os engenheiros brasileiros, que está criando tecnologia local. A sensação de criar é ótima, de não ser apenas o braço industrial de algo desenvolvido fora. Isso é um patrimônio, dá orgulho. Mas não tem nada de heroísmo nisso, porque as coisas são todas planejadas. Há riscos, mas os riscos são controlados.

Que tal acrescentar/justificar uma nova dica ao artigo?!

¹ *Umberto Gobbato, engenheiro eletrônico gaúcho de 50 anos, que se especializou em automação industrial na Alemanha, é diretor superintendente da WEG Automação. Essa empresa do Grupo WEG faturou no ano passado 140 milhões de reais e tem, entre seus principais produtos, variadores de velocidade para motores elétricos - tudo produzido com tecnologia própria. Com 600 funcionários, 40% deles técnicos e engenheiros, a WEG Automação é líder no Brasil em automação industrial.*