

PAULA ROQUE, Managing Partner da Revigrés

O investimento na inovação aumenta, mas o impacto nas vendas não melhora

Paula Roque entende que é necessário medir o impacto da inovação nas vendas e que o investimento na inovação é ainda demasiado aplicado em equipamento e maquinaria e não tanto na divulgação, no design ou no marketing

COTEC E UM APOIO MAIS MICRO

A COTEC Portugal é uma associação empresarial para a inovação, sem fins lucrativos, cujos fundos vêm essencialmente das empresas associadas e algum apoio do Estado ao Programa Indústria 4.0. Parece-me que, mesmo pessoas e profissionais que conhecem bem este mundo empresarial, nem sempre conhecem bem a COTEC Portugal, mas a ideia que tenho é que tem desenvolvido um bom trabalho, com um bom statement de missão e comunicação. Porém, penso que ainda há algum trabalho a fazer.

Acho que seria importante pensar nos resultados práticos obtidos com a inovação. Que inovações gerámos? Que inovações facilitámos e de que forma isso aumentou as vendas nas empresas? Seria importante chegar ao final de um ano de atividade e pensar que ajudámos a empresa X a desenvolver o produto Y e que esta empresa gerou vendas. Penso que era importante esta associação facilitar contactos às empresas, indicar a quem devem recorrer para ir buscar ajuda; como deviam fazer para acelerar e desenvolver o seu produto, ou seja, para obter mais resultados. Tem feito um bom trabalho a nível macro, mas





a nível de resultados práticos nas empresas acho que poderia dar uma ajuda maior na ligação com as empresas, e perceber os apoios necessários para cada caso.

LIGAÇÃO ENTRE GRANDES E PEQUENAS EMPRESAS

Entendo que, sobretudo em termos de relações comerciais, temos de potenciar mais o facto de as grandes empresas se poderem mobilizar e dar alguns recursos às PME para potenciar o seu crescimento. Acho que essa seria uma ligação muito interessante. Mas isto é sempre um ponto que eu foco quando falo em relações comerciais, porque acho mesmo que, quando as grandes empresas estão nos mercados internacionais, poderiam ter algum incentivo, para além do incentivo moral, de modo a puxar pelas PME portuguesas. No caso da inovação, também me parece que podíamos potencializar mais essa ligação com as grandes empresas, até pelo conhecimento que estas empresas maiores têm.

A REVIGRÉS E A INOVAÇÃO

Temos vários projetos inovadores na empresa, que têm sido desenvolvidos essencialmente no centro da cerâmica, e nesse âmbito temos algumas ligações às universidades, essencialmente à Universidade de Aveiro. Fizemos, por exemplo, um projeto para dar mais conforto térmico à cerâmica, em que a sensação térmica é mais quente do que a da madeira. Lançámos o produto no mercado e que teve ótima receptividade, mas a nível técnico era preciso avaliar ainda algumas situações. Somos uma empresa reconhecida como inovadora, o que me enche de orgulho. Mas, por vezes, fico com a ideia que, na empresa, as pessoas

ainda pensam: “Lá anda esta outra vez a inventar coisas!”.

O FATOR TÉCNICO COMO BARREIRA

Temos lançado vários projetos inovadores, que são bastante interessantes, mas aqueles que tiveram bom impacto comercialmente, acabam por nos trazer dificuldades técnicas. Portanto, nessas situações, acho que era importante haver algumas plataformas que fossem facilitadoras de contacto, que permitissem encontrar as entidades do Sistema Científico e Tecnológico que pudessem ajudar a resolver estas questões. Isto porque, muitas vezes, as equipas fazem os contactos, mas esbarram em qualquer lado, e fica tudo parado. Ou seja, temos vários projetos de inovação diferenciadores, mas os que comercialmente resultaram muito bem levantaram barreiras técnicas que não estão devidamente resolvidas para podermos ter a confiança total de os ter no mercado.

LIGAÇÃO EMPRESAS – ACADEMIA

[Seria útil] uma maior ligação entre os centros tecnológicos das universidades e as empresas. Seria importante a COTEC, por exemplo, tentar fazer maior ligação entre ambos os lados, para depois também poderem ser facilitadores de investimento nas empresas e estabelecer os contactos mais relevantes com as capacidades que existem. Em termos empresariais, Portugal está bem posicionado em relação ao investimento que faz em inovação, mas a questão central é como isso consegue impactar as vendas. Não só do impacto das vendas nas empresas como também o impacto da inovação gerada nas universidades. Os estudos mostram que o investimento na inovação aumenta, mas o impacto não melhora.

PERFIL

> **PAULA ROQUE** é filha do falecido empresário Adolfo Roque, que fundou a Revigrés em Barrô, no concelho de Águeda, em 1977. O empresário faleceu em 2008, deixando o seu legado à geração seguinte. Paula Roque, licenciada em Gestão pela Universidade Católica Portuguesa, passou pela função de diretora de marketing do grupo antes de chegar à liderança, em 2010. Foi membro do Conselho Geral da COTEC Portugal e é atualmente membro da direção da Universidade de Aveiro e da AEP – Associação Empresarial de Portugal.

Também entendo que o investimento na inovação é demasiado aplicado em equipamento e maquinaria e não tanto na divulgação ou no design. Mas este investimento tem de se focar também na área comercial e no marketing. A inovação mexe com toda a empresa, não é só no departamento de inovação.

Tenho referido várias experiências, entre elas – e porque foi importante para a Revigrés – através de um programa que existia no extinto Centro Português de Design que nos ajudou muito a ficar mais sensíveis ao design. Obtivemos resultados positivos, resultados de vendas, com este programa, em que recebíamos ajuda no recrutamento dos designers mais adequados para cada empresa. Eram estágios para designers, mas havia um consultor que acompanhava a empresa e o estágio, dinamizando ações em conjunto com outras empresas, fortalecendo o networking. Uma dessas designers, que entrou em 2002, ainda trabalha connosco. Na altura tivemos vários estagiários o que foi bastante importante, pois estimulou uma maior sensibilização para o design.