

DESTAQUE
CONFERÊNCIA
PORTUGAL
INOVADOR

{DE}

INOVAR É A CHAVE DO SUCESSO

EMPRESAS JÁ COMPETEM COM 'PLAYERS' MUNDIAIS. A APOSTA É NA DIFERENCIAÇÃO.

Diáda Lopes
di@diarioeconomico.com

A condição necessária para inovar é o empreendedorismo. Esta é a mensagem debatida ontem no Encontro TMN Negócios/ Diário Económico por quatro empresas que tiveram a coragem de apostar em negócios diferenciadores e inovadores e ganharam a aposta. Numa altura em que a crise tem marcado as notícias a nível mundial, estas empresas apresentam-se ao mercado com produtos com forte dose de inovação que lhes têm permitido competir a nível internacional.

"Inovar é uma opção estratégica, não uma obrigatoriedade", afirma Mário Paiva, presidente da Euronavy.

EURONAVY

A empresa líder em tintas ecológicas sem solventes apresenta como vantagens competitivas o facto de se ter concentrado na inovação e no desempenho ambiental. A elevada percentagem de licenciados e doutorados permitem-lhe continuar a apresentar soluções diferenciadoras. A estratégia da empresa baseia-se em competências e em três vectores fundamentais: oportunidade, vontade e capacidade.

As tintas ecológicas da Euronavy

É o caso da **Euronavy** que quase "descobriu a pólvora" quando começou a desenvolver na década de 90 tintas ecológicas marítimas e industriais para protecção corrosiva. Com esses produtos inovadores conseguiu conquistar a atenção de clientes como a US Navy, a Petrobras, BP, Mobil, Shell, Rolls-Royce, entre outros. No total, são 18 os países onde tem clientes. Mário Paiva, presidente da empresa, explica que apostou na diferenciação para ganhar vantagens competitivas. Isto porque "innovar é uma opção estratégica, não uma obrigatoriedade", garante. A estratégia para o mercado internacional assente no "fato à medida" dos clientes, tem sido a alavanca para conseguir competir a nível mundial. A dimensão que conquistou despertou a atenção da fabricante norte-americana Sherwin-Williams, que a comprou em Dezembro de 2008. A mudança trouxe um parceiro que facturava mais de seis mil milhões de euros contra os 20 milhões da Euronavy e a possibilidade de continuar a crescer de forma sustentada.

Urbanos aposta na logística

Fazer mudanças de escritórios de empresas parece à primeira vista um negócio onde a inovação não tem lugar. Puro engano, pelo menos quando se conhece a Urbanos que assume ter preenchido uma lacuna no mercado. Alfredo Casimiro, presidente da Urbanos, afirma que a aposta foi na criação de "um serviço Premium a preços Premium" trazendo soluções de logística que permitem fazer mudanças de até 800 postos de trabalho em 24 horas, bem como o transporte documental. Alfredo Casimiro investiu as economias, cerca de 10

mil euros, no seu próprio negócio. O 'boom' das telecoms ajudou ao crescimento do projecto e a conquista de contratos de 'outsourcing' de logística junto de vários fabricantes de telecomunicações e tecnologias de informação. Ao longo do percurso houve necessidade de fazer o "rebranding" da marca, mas sem nunca esquecer a máxima dos três "L": legal, lucrativo e limpo.

Biotechol inova na área da saúde

Uma empresa de biotecnologia criada há oito anos é hoje uma ferramenta essencial para as grandes farmacêuticas. Esta é a história da Biotechol que se especializou numa classe de moléculas essenciais à produção de medicamentos para o combate de tumores. Pedro de Noronha Pissarra, CEO da Biotechol, desvenda a chave do sucesso: as pessoas. A empresa apostou em quadros com experiência no sector, que têm ajudado a desenvolver o 'pipeline' de produtos e a conquistar credibilidade internacional. O ano 2008 ficará marcado pela necessida-



Alfredo Casimiro, da Urbanos, durante a sua alocução. Na mesa, da esquerda para a direita, estão o Diário Económico e o TMN Negócios.

de encontrar financiamento para continuar a desenvolver novas moléculas. Em Portugal não encontrou solução, apenas em Espanha, onde o governo estava a apoiar o sector. Surgiu então o consórcio com a Digna Biotech para partilha de sinergias e o financiamento do governo de Navarra dos 9,1 milhões de euros que a Biotechol precisava.

Gerir talentos é a opção da Star Tracking

Ser feliz naquilo que se tem talento. Esta é a missão da Star Tracking - Odisseia do Talento, cujo fundador garante que, mais do que recrutar alguém para desempenhar uma função baseada no background académico, é preciso conhecer a pessoa e descobrir qual o talento que tem e para quê. Tiago Forjaz acredita que os portugueses têm muito talento. Criou a Star Tracking para identificar portugueses com talento a nível global. A partir de um investimento de 165 mil euros criou uma rede social que já identificou 23 mil talentos portugueses com funções de topo em 124 países. ■