

Senador Pimentel participou de reunião no SIMEC



PORTAL FIEC ONLINE - O senador José Pimentel (PT) foi o convidado da última reunião do Sindicato das Indústrias Metalúrgicas, Mecânicas e de Material Elétrico no Estado do Ceará (Simec), quando abordou, entre outras questões, a conjuntura política e sua atuação no parlamento. Na ocasião, Pimentel discorreu sobre ações desenvolvidas pelo governo federal e as ações voltadas para o crescimento do consumo interno e o esforço no apoio às exportações. Com relação ao último item, destacou que o Brasil se voltou para os países em desenvolvimento, prospectando novos mercados consumidores.

O senador fez questão de enfatizar sua indignação com a elevada taxa de juros praticada como instrumento de salvaguarda contra a inflação. Ele também apresentou números positivos relativos à aprovação do Simples nacional, reputando-o como verdadeira reforma tributária para a maioria das empresas brasileiras que são enquadradas como micro e pequenas. Pimentel apontou ainda perspectivas favoráveis no que diz respeito a temas como reforma tributária, reforma política e as políticas sociais do governo, como o Bolsa Família. O senador petista também se mostrou otimista com os projetos da refinaria e da siderúrgica, bem como sobre a recuperação das estradas federais.

INOVAÇÃO: Whirlpool, dona da Brastemp, usou sentimentos dos consumidores para inovar

Empresa usa referências emocionais dos consumidores para criar novos aparelhos

Divulgação



Geladeiras coloridas e com design retrô são uma das inovações que tocam o emocional dos consumidores

EXAME.Com (Luciana Carvalho) - No início dos anos 2000, em um passeio por algumas lojas, o então presidente-executivo da fabricante de eletrodomésticos Whirlpool, David Whitman, percebeu que tanto os produtos de sua empresa, quanto os da concorrência tinham algo em comum: o branco. Neste momento, percebeu que era preciso mudar, já que, em um mercado onde os produtos são praticamente iguais, as chances de se destacar são bem menores. Assim teve início uma década de esforços cada vez maiores da Whirlpool para inovar em design, produtos e processos, contou o gerente geral de design e inovação da Whirlpool Latin America, Mário Fioretti.

Passada mais de uma década, a companhia reúne vários casos de sucesso, apresentados durante a edição de 2011 do Café da Manhã dos Inovadores, na última quinta-feira (17/3), em São Paulo. Neste ano, a Brastemp, uma das marcas da Whirlpool, lançou uma geladeira em estilo retrô, similar às usadas nos anos 50. “O design é redondinho, bonito, com cores diferentes da linha branca. Esse produto vai entrar na casa das pessoas com um valor emocional muito forte. É a força do design fazendo diferença na vida de cada um”, diz Fioretti.

Foi a esse aspecto emocional que a Brastemp também recorreu quando precisou trocar o refrigerador BRM35, de grande sucesso de vendas, por um mais novo e moderno. Diante do desafio de ter que abandonar um produto com grande aprovação dos consumidores, a empresa resolveu inovar não no design, mas na forma como o refrigerador seria criado. “Em vez de fazer uma pesquisa normal, com questionários nas casas das pessoas, nós compramos algumas câmeras fotográficas, entregamos para um grupo de consumidores e dissemos: ‘vão para casa e fotografem aquilo que vocês acham bacana, que acham que traz valor no dia a dia e têm apego por ele’”, contou o executivo.

Uma semana depois, centenas de fotografias chegaram às mãos dos responsáveis pelo novo produto. Imagens de tênis, celular, home theater, carro e até um vestidinho preto revelaram que tipo de objetos são mais apreciados pelos consumidores. A partir desse material aparentemente sem nexos, a empresa fez uma análise semiótica para entender quais são os aspectos comuns nos produtos que fazem com que eles sejam tão especiais. Daí, saíram as ideias para a elaboração do refrigerador da nova linha Brastemp Clean, que, segundo Fioretti, teve a maior aprovação da história da empresa em pesquisas com consumidores. “Nós substituímos o produto anterior com redução de custo, ganho de qualidade e ainda conseguimos fazer vendas ainda melhores do que do anterior”, diz.

FAÇA VOCÊ MESMO: O fator emocional também foi decisivo no lançamento da linha Brastemp You. Sem modelos fixos de refrigeradores, os clientes podem criar seu próprio eletrodoméstico, escolhendo cores, design e funcionalidades no site da empresa. “Mas a grande inovação não está na possibilidade de montar seu aparelho. Isso é o de menos. A grande inovação está na inteligência logística do produto”, afirma Mário Fioretti. Ele explica que, depois de o pedido personalizado ser efetuado, a demanda é encaminhada ao setor de vendas e depois para a fábrica, onde o nome do cliente é impresso no código de barras do produto, garantindo que ele chegará à casa certa, do jeito que foi pedido.

Inovações como essas representaram mais de 25% da receita total da Whirlpool Latin America, em 2010. Em 2009, os produtos inovadores foram 22,7% dos ganhos, sendo que a meta era de 20%. Nos últimos três anos, a receita da unidade com produtos inovadores cresceu oito vezes. Para manter esses números sempre em curva ascendente, Fioretti afirma que a inovação não deve ser apenas fruto da boa vontade de um grupo de executivos. “Todo mundo tem que estar envolvido, a inovação precisa estar nas metas de todos eles e a empresa tem que ter disciplina e compromisso com os resultados e, sobretudo, com a satisfação do consumidor”, diz.