

Com inovação aberta, empresa reduz custos e reúne conhecimento

— registrado em: Tendências e Negócios

16/06/2011 15:30



José Fernando Perez, diretor-presidente da Recepta Biopharma

A criação de novos produtos, serviços e processos é uma atividade que está se tornando cada vez mais interativa e eficiente. Por meio do conceito de Inovação Aberta (*Open Innovation*), as empresas buscam desenvolver soluções junto com parceiros externos, que podem ser universidades e instituições privadas de pesquisa.

“A Inovação Aberta é um complemento das atividades da nossa empresa. Diria que é uma necessidade nossa, porque concentramos todo o investimento em atividades de pesquisa e desenvolvimento sem infraestrutura laboratorial”, disse José Fernando Perez, diretor presidente da Recepta Biopharma. Ele participou do comitê de Inovação da Amcham-São Paulo nesta quinta-feira (16/06).

A Recepta Biopharma é uma empresa de biotecnologia que pesquisa e desenvolve anticorpos para tratamento do câncer e uso clínico. No Brasil, o laboratório trabalha com o Instituto Butantan, a Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo e a Universidade Federal de São Paulo (Unifesp).

Além de baratear custos, a opção por uma parceria tecnológica externa foi reforçada pela competência da mão de obra acadêmica. “Não se consegue encontrar facilmente a experiência do acadêmico no ambiente empresarial”, afirmou Perez.

Ao contrário do conceito tradicional de inovação, que prega que todo conhecimento gerado pela empresa deve ser mantido em segredo e só utilizado quando lucrativo, a Inovação Aberta defende que novos conhecimentos sejam compartilhados tanto dentro como fora da companhia.

Essa atitude gera novos conhecimentos e patentes que poderão ser licenciadas para pesquisas diversas. O importante na Inovação Aberta não é o monopólio, mas o uso mais rentável das tecnologias nascentes.

Inovação Aberta produz resultados na Recepta

Nos quatro anos de operação da Recepta, a empresa obteve alguns resultados. Na Unifesp, o trabalho conjunto com peptídeos (proteínas) já gerou uma patente, conta Perez. Com o Butantan, foi criada etapa inicial da produção de um anticorpo.

“Infelizmente, não poderemos produzir esse anticorpo aqui no Brasil porque não há laboratórios certificados e com o grau de qualidade exigido”, lamentou.

Limitações à parte, Perez disse que as parcerias formadas no modelo de Inovação Aberta trouxeram sinergias operacionais à Recepta, ao permitir o foco de investimentos na atividade-fim (pesquisa e desenvolvimento de anticorpos), sem utilizar estrutura laboratorial própria.

Para gerenciar os projetos, a Recepta mantém equipes próprias nas instituições parceiras. “Sem um grupo interno cientificamente forte e tecnologicamente competente, não se consegue acompanhar e obter os resultados nos formatos que são importantes para a empresa”, argumentou Perez.

O executivo da Recepta faz questão de frisar que não está terceirizando as pesquisas do laboratório. “Quando se terceiriza a pesquisa no ambiente acadêmico, ela progride dentro do ritmo específico desse ambiente”, afirmou.

Por isso, a definição dos projetos é feita pela empresa, e não pelos parceiros. “É a empresa quem define as prioridades e o ritmo da pesquisa”, assinala.

As melhores inovações são disputadas pelas empresas

Com a facilidade maior no acesso às informações, possibilitada pela internet, dominar um projeto inovador pode não ser mais uma vantagem competitiva tão importante. Segundo o conceito de Inovação Aberta, o mais relevante não é ser pioneiro, mas fazer um uso mais eficiente da tecnologia.

“As empresas já entenderam que precisam abrir suas fontes tecnológicas e fazer as informações fluírem de dentro da empresa para fora e vice-versa. Não é mais possível para as companhias reservar informações porque, do contrário, elas saem perdendo”, disse Raquel Rodrigues, sócia da Batalha de Conceitos, uma consultoria em inovação.

As empresas estão disputando vigorosamente as melhores soluções. Partindo dessa premissa, a Batalha de Conceitos utiliza uma metodologia na qual uma empresa propõe uma batalha (questão ou desafio) publicada no *site* da empresa, onde os participantes enviam ideias ou soluções que são analisados de forma anônima.

Os melhores conceitos são ranqueados e os participantes recebem prêmios em dinheiro, de acordo com sua posição no *ranking*. No entanto, os conceitos passam a ser de propriedade da empresa – sejam aproveitados ou não –, frisa Raquel.

Experiência da mineradora Samarco na Batalha de Conceitos

Em busca de ideias para aproveitar um dos subprodutos de mineração obtidos no processo operacional, a mineradora Samarco recorreu ao Batalha de Conceitos.

“Nossas propostas atraíram inúmeros *downloads* no *site* do Batalha de Conceitos”, disse o gerente geral de desenvolvimento tecnológico da Samarco, Carlos Magno de Lima Leonel.

Uma série de universidades brasileiras participou do desafio de encontrar processos e produtos mais baratos, sendo que cinco trabalhos foram premiados pela Samarco.

“Estamos trabalhando internamente em três dessas ideias, as que entendemos serem as mais adequadas para analisar mais profundamente”, explicou Leonel.

Adotar parceiros externos para desenvolver novas ideias ainda é uma decisão recente na Samarco.

“Percebemos que há muito conhecimento disponível, com grupos técnicos muito fortes. Temos visto um grande potencial no movimento de Inovação Aberta, e procuramos trabalhar de forma estruturada para obter resultados diferenciados”, declarou Leonel.

Por: André Inohara