

Parceria entre pequenas empresas e instituições de pesquisa gera mudança no ambiente inovativo

O papel da universidade no modelo de inovação aberta

VANESSA SENSATO

Especial para o JU

As universidades têm um papel mais importante no novo modelo de inovação aberta do que nos modelos tradicionais de promoção da inovação. Essa foi uma das afirmações feitas pelo professor Henry Chesbrough, da Haas School of Business da Universidade da Califórnia, Berkeley, no seminário Open Innovation Seminar, realizado no dia 16 de junho em São Paulo. O evento, que reuniu um público de cerca de 350 pessoas, foi realizado pela empresa Filha da Unicamp Allagi Consultoria, empresa Filha da Unicamp, e apoiado pela Agência de Inovação Inova Unicamp e pelo Grupo de Estudos sobre Organização da Pesquisa e da Inovação da Unicamp (Geopi).

Chesbrough apresentou na primeira parte do seminário o modelo de Open Innovation, termo cunhado por ele, segundo o qual empresas tendem a gastar menos e ganhar mais quando fazem inovação em parceria com outras empresas ou com instituições de pesquisa. Segundo o professor da Universidade da Califórnia, o modelo de inovação aberta vem sustentar um novo paradigma. O especialista observou que, em 1981, empresas com mais de 25 mil funcionários eram responsáveis por mais de 70% dos gastos em P&D, enquanto as pequenas respondiam por somente 4,4% desses gastos nos Estados Unidos. Dados de 2003 descrevem um quadro diferente. Neste ano, as pequenas empresas foram responsáveis por 22,5% do investimento feito em P&D, enquanto as grandes responderam por 40,9%.

A maior participação das pequenas empresas, segundo o professor, demonstra que o ambiente inovativo mudou, ou seja, atualmente a inovação não ocorre somente nas grandes empresas, mas também nas pequenas, por meio do envolvimento e apoio de diversos atores, como universidades, instituições de ciência e tecnologia e inventores individuais. Quando perguntado sobre o que mudou, o professor cita cinco fatores: o aumento da mobilidade de trabalhadores, que permite um maior fluxo de informação; a melhor capacitação das universidades; o declínio da hegemonia norte-americana; a erosão do oligopólio de mercado; e, por fim, um enorme aumento na disponibilidade de *venture capital*, o capital de risco.

E, se por um lado, para se tornar competitivo é preciso inovar, para inovar é preciso buscar parcerias e redes de cooperação entre empresas e instituições para partilhar recursos e conhecimento. “Hoje, a maioria do capital para a pesquisa em Berkeley vem de empresas privadas”, afirma o professor. Para Chesbrough, isso não desvirtua o conceito e a orientação da pesquisa universitária,



O professor Henry Chesbrough, da Universidade da Califórnia, durante seminário em São Paulo: modelo de inovação aberta passou a sustentar um novo paradigma

especialmente porque a pesquisa básica deve continuar a ser financiada pelo setor público.

A inovação aberta também não desvaloriza os laboratórios internos de pesquisa. Segundo o especialista, ter uma equipe interna de pesquisadores passa a ser ainda mais importante para que a empresa possa contatar novos parceiros e identificar oportunidades. Pelo novo paradigma, idéias podem fluir para dentro ou fora do processo de P&D da empresa. Idéias criadas internamente, mas que não sirvam para o mercado da empresa, podem ser licenciadas ou mesmo gerarem *spin outs*. Idéias de fora podem ser absorvidas através de diversos mecanismos. “Não é preciso ser o inventor para que a idéia seja usada na empresa”, explica.

Chesbrough apresentou alguns casos de empresas que adotaram o novo modelo com sucesso. O caso da Procter&Gamble foi um dos destaques. Apesar da liderança em diversos setores, a empresa enfrentou grande queda no valor de suas ações no ano 2000. Uma das causas identificadas era a necessidade de introduzir novidades no mercado. A solução foi abrir a empresa para idéias de fora. A área de P&D transformou-se na área de C&D (*connect and development*). Os contatos são feitos através de seus próprios pesquisadores, que interagem com outros cientistas, e também por meio de um grupo de 120 empre-

endedores de tecnologia, que acessam outras empresas em busca de novidades.

Segundo o professor, embora as pequenas e médias empresas apresentem uma menor capacidade de P&D interna e menor habilidade para absorver P&D externas, elas têm várias vantagens. Mercados que são pequenos demais para grandes empresas podem ser atrativos para PMEs, que atuam com foco mais definido e com alto grau de especialização. Empresas menores também são mais rápidas para tomar decisões e implementá-las. Para ele, parte das desvantagens pode ser vencida através de parcerias. “Nos EUA, somente 8% a 10% das PMEs possuem laboratórios de P&D internos”, afirma. Entretanto, o docente aponta que as lideranças dessas empresas possuem contatos com universidades, institutos de pesquisas e outras empresas, que podem trazer inovação.

Outro aspecto abordado na palestra é que a inovação deverá estar presente não somente em produtos e processo, mas também em novos modelos de negócio, que representem formas inovativas de comercialização de produtos e serviços. “Com o mundo em constante transformação, é importante ter um modelo de negócios capaz de ser adaptado”, afirmou.

No Brasil – Na seqüência da palestra de Henry Chesbrough foram realizadas três mesas-re-

dondas, com foco na realidade brasileira. Na primeira mesa foram apresentadas iniciativas de inovação aberta no País, com a participação da Fundação Getúlio Vargas e das empresas Natura, Cristália, Embraer, Omnisys e IBM. O sistema nacional de inovação foi o tema da segunda mesa, que contou com representantes da Anpeí, do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), da Federação de Indústrias do Estado do Paraná (FIEP), da Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI), da Sociedade Brasileira Pró Inovação Tecnológica (Protec) e da Universidade de São Paulo (USP). A terceira mesa discutiu empreendedorismo e inovação aberta, com a participação de dirigentes da Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP), da Agência de Inovação da Unicamp, da associação de incubadoras de empresas (Anprotec), da Fundação Getúlio Vargas e da Fundação Dom Cabral.

Os debates apontaram que, no Brasil, universidades e institutos de pesquisa poderão ter um papel de destaque na medida em que aceitem o desafio de trabalhar efetivamente com as indústrias. Entre as dificuldades destacadas, está a de balizar as diferenças entre as expectativas do mercado e da academia. Neste contexto, questões relacionadas à proteção do conhecimento gerado em projetos de parcerias tornam-se essenciais.

Para Jorge Ávila, presidente do

INPI, os sistemas de propriedade intelectual devem facilitar a celebração de contratos que promovam a circulação de conhecimento, bem como aumentar a segurança jurídica do compartilhamento de conhecimento. “Podemos facilitar a cooperação universidade e empresa por meio de incentivo à geração de patentes e ao seu licenciamento para empresas”, coloca.

Os debatedores também abordaram o papel do governo como fomentador dentro do modelo de inovação aberta. Para Roberto Nicholsky, da Protec, políticas públicas de fomento à inovação são essenciais. “Não há nenhum país de industrialização tardia que tenha alcançado isso sem políticas públicas para a inovação”, coloca. Rodrigo da Rocha Loures, da FIEP, também cobrou do governo mais espaço para que a comunidade empresarial participe na formação da política empresarial. “Para uma articulação mais apropriada entre as forças que são capazes de inventar e as que são capazes de empreender”, afirmou.

Sobre a atuação dos governos, Chesbrough disse que não vê correlação direta entre a carga tributária de um país e sua capacidade para gerar inovação, pois existem países com carga tributária alta, nos quais o governo consegue incentivar a criação de um ambiente inovativo. Para o professor, uma das maneiras de estimular a inovação em um país é quando o governo é o comprador. Ele menciona o caso da área militar nos Estados Unidos. Outra forma de fomento à inovação para o professor continua sendo a promoção de pesquisa básica através das universidades e instituições de ciência e tecnologia. Chesbrough destaca, entretanto, que é necessário que os governos deem às universidades autonomia para decidir o que fazer com seus recursos. “Quanto maior a experimentação, maior a possibilidade de inovação”, afirma.

O professor Roberto Lotufo, diretor executivo da Inova Unicamp, que representou a Universidade na terceira mesa de discussão do seminário, disse que é necessário que inovação e empreendedorismo sejam absorvidos como atividades dentro do contexto universitário e alinhados à sua missão educacional. “Nosso desafio é formar não só bons profissionais, mas também bons empreendedores”, coloca.

Lotufo descreveu as iniciativas da Unicamp com esta orientação e apontou o Núcleo de Empresas Juniores, a Incubadora de Empresas de Base Tecnológica (Incamp) e a Inova Unicamp – núcleo de inovação tecnológica da Unicamp –, como vetores destas atividades. Para Chesbrough, o caso da Unicamp é um exemplo da variedade de formas como as universidades podem atuar dentro do modelo de inovação aberta. “As universidades também podem ter um papel importante para ajudar a promover a colaboração nas redes de contatos”, disse.

UNICAMP – Universidade Estadual de Campinas

Reitor José Tadeu Jorge
 Coordenador Geral Fernando Ferreira Costa
 Pró-reitor de Desenvolvimento Universitário Paulo Eduardo Moreira Rodrigues da Silva
 Pró-reitor de Extensão e Assuntos Comunitários Mohamed Ezz El Din Mostafa Habib
 Pró-reitor de Pesquisa Daniel Pereira
 Pró-reitor de Pós-Graduação Teresa Dib Zambon Atvras
 Pró-reitor de Graduação Edgar Salvadori de Decca
 Chefe de Gabinete José Ranali

JORNAL DA UNICAMP

Elaborado pela Assessoria de Imprensa da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp).
 Periodicidade semanal. Correspondência e sugestões Cidade Universitária “Zeferino Vaz”,
 CEP 13081-970, Campinas-SP. Telefones (0xx19) 3521-5108, 3521-5109, 3521-5111. Fax (0xx19) 3521-5133. Site <http://www.unicamp.br/ju>. E-mail leitordju@reitoria.unicamp.br.
 Coordenador de imprensa Eustáquio Gomes. Assessor Chefe Clayton Levy. Editores Alvaro Kassab e Luiz Sugimoto. Redatores Carmo Gallo Netto, Hélio Costa Júnior, Isabel Gardenal, Jeverson Barbieri, Manuel Alves Filho, Maria Alice da Cruz, Nadir Peinado, Raquel do Carmo Santos, Roberto Costa e Ronei Thezolin. Fotografia Antoninho Perri e Antônio Scarpinetti.
 Edição de Arte Oséas de Magalhães. Serviços Técnicos Dulcinéa Bordignon. Impressão Prisma Printer Gráfica e Editora Ltda (19) Fone/Fax: 3229-7171. Publicidade JCPR Publicidade e Propaganda: (0xx19) 3232-2210. Assine o jornal on line: www.unicamp.br/assineju