

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 18 de abril de 2022 às 07h59
Seleção de Notícias

O Estado de S. Paulo | BR

Patentes

Inovação e sobrevivência **3**
ESPAÇO ABERTO

Inovação e sobrevivência

ESPAÇO ABERTO

ESPAÇO ABERTO

Paulo Cesar de Souza e Silva

Diz a lenda que, em 1875, o diretor do departamento de **patentes** dos Estados Unidos pediu demissão. Era um tempo em que o mundo se via deslumbrado com o motor a vapor, invenção considerada insuperável pela modernidade de então. Em sua carta de despedida, dirigida ao secretário de Estado do Comércio, o diretor de **patentes** se justificou dizendo que "não havia mais nada a ser inventado" e que, diante do cenário desanimador, o melhor era pedir para sair. O fim da história é conhecido. Apenas em 2011, somente nos Estados Unidos, por exemplo, foram requeridos 247.750 certificados de **patentes**.

A falta de visão de futuro sempre foi uma calamidade para o desenvolvimento. Foi assim no passado e é muitíssimo pior no presente, numa época em que os avanços tecnológicos abalam como nunca as certezas e as práticas consolidadas. Há décadas as empresas sabem que inovação é questão de sobrevivência. Mas, como o diretor de **patentes** de antigamente, ainda não assimilaram o poder de transformação da tecnologia e muito menos entenderam como sobreviver e ir além em seus negócios.

No passado, pode até ter sido válido, mas hoje aquela inovação que se restringe a melhorar produtos ou serviços não é mais suficiente. Uma montadora pode investir milhões para inventar o carro mais econômico do mundo, mas uns seis meses depois, se tanto, a concorrência já copiou a novidade, transformando em fumaça uma eventual vantagem competitiva.

Na era da inovação digital, o aprimoramento do que já existe é importantíssimo, mas buscar a inovação do modelo de negócio é vital, essencial, com a energia criativa voltada para além do horizonte visível, para a gestação de possibilidades que ainda não estão mapeadas.

A lâmpada não é a evolução da vela. A invenção da eletricidade não foi melhoria na queima do pavio, um avanço na qualidade da cera. Foi uma nova abordagem a um antigo problema, a aplicação de possibilidades antes impensadas. Foi em processos disruptivos semelhantes que, entre tantos exemplos, o celular atropelou a telefonia fixa, da mesma forma que o WhatsApp transformou a comunicação e a Netflix mudou o hábito de assistir a filmes e seriados - resultando, em todos os casos, em inovação do modelo de negócios.

A grande questão é como fazer isso na prática. Mas, seja como for, o primeiro passo é a vontade política da empresa de investir numa equipe dedicada a apostar no incerto, dando tempo ao tempo. Equipe formada por gente inteligente e criativa de áreas variadas, com formações diferentes, espírito empreendedor, visão de mercado clara e objetivo bem definido.

Em 2017, por exemplo, nós criamos na Embraer um grupo multifuncional dedicado a pesquisar possibilidades nas áreas de mobilidade e transporte, levando em conta serviços associados a elas. As pessoas foram ver o que estava sendo feito em universidades de ponta, como MIT e Stanford, e também no Vale do Silício. Em São Francisco, na sede do Uber (um especialista em inovação disruptiva na área de transporte), souberam que a empresa queria operar com carros voadores no futuro. Bem, voar é a especialidade da Embraer. A missão de pesquisa de possibilidades havia sido bem-sucedida, o primeiro tiro no alvo.

Para desenvolver esse projeto e fazer o futuro acontecer, a Embraer criou uma subsidiária, chamada EmbraerX. Os avanços têm sido rápidos. Apenas quatro anos depois da viagem à sede do Uber, a EmbraerX, por meio da subsidiária Eve, tinha uma encomenda de 250 unidades do que o mercado aéreo conhece como eVTOL, sigla em inglês para veículo elétrico de

Continuação: Inovação e sobrevivência

pouso e decolagem vertical. A entrega está prevista para 2026.

Algumas centenas de milhões de dólares de investimento serão necessárias até que o carro voador da Embraer chegue ao mercado. Num primeiro momento, ele deverá ser conduzido por um piloto profissional. Mas, numa segunda fase, espera-se que ele seja autônomo.

Quando o carro voador estiver em operação, o mundo do transporte aéreo não será mais o mesmo, com até pousos e decolagens rotineiros em diversos tipos de imóveis como shopping centers, áreas industriais, condomínios residenciais, além, claro, de aeroportos e prédios de escritórios. Todo um novo ecossistema de serviços se desenvolverá a partir disso, como empresas especializadas em embarque e desembarque de passageiros em praticamente qualquer lugar que reúna as condições necessárias. Isso sem falar da infraestrutura para carregamento de baterias e a manutenção das máquinas voadoras.

O momento nunca foi tão propício, a tecnologia ja-

mais ofereceu tantas possibilidades. É esta a hora de abraçar a inovação com toda a vontade política e romper paradigmas de estruturas organizacionais, sob risco de apenas se repetir, fazendo mais do mesmo, só esperando o momento de ser ultrapassado pelas empresas que investiram tempo e recursos em pensar fora da caixa. O assunto é de tal importância que é fundamental que o CEO e o Conselho de Administração, por meio de ações específicas, deixem bem claro que inovação é uma das principais prioridades da empresa.

Inovar o modelo de negócio é vital nesta era, com a energia criativa voltada para gerar possibilidades que ainda não estão mapeadas

CONSELHEIRO DA CEMIG, DO GRUPO ÁGUA BRANCA E DO INSTITUTO MILLENIUM.

FOI CONSELHEIRO DA PETROBRAS E PRESIDENTE DA EMBRAER

Índice remissivo de assuntos

Patentes
3