**FNC – Faculdade Nossa Cidade**

**Administração de Empresas**

**Orientador: Prof. Lawton Benatti**

**Lucivania da Silva Oliveira**

**Gestão da Pesquisa e Desenvolvimento (P&D)**

A pesquisa e desenvolvimento (P&D) é vista como a gestão de pesquisa científica e o desenvolvimento de novos produtos, onde as empresas podem aderir desta ferramenta e utilizá-la no desenvolvimento de novos negócios. A P&D foi e ainda é vista como uma apólice de seguro, onde as empresas que não a aderem são consideradas como pobres ou irresponsáveis.

A necessidade de liberdade científica e de atingir um retorno eficaz de investimento em P&D, permanece sendo uma das áreas mais cruciais na gestão de pesquisa e desenvolvimento. Apesar dos mecanismos utilizados pela P&D, entre eles criatividade e inovação, algumas empresas não estão preparadas financeiramente apara utilização e adequação dessa ferramenta em processos internos, tendo então que disponibilizar mais gastos em gestão de controle e planejamento financeiro.

Conforme Twiss (1992), o uso adequado do P&D “está voltado para a melhoria no ambiente cotidiano, mesmo que algumas de suas praticas utilizadas vão de encontro com a opinião ou aceitação de outras pessoas”.

**INVESTIMENTO EM P&D E SUCESSO NA EMPRESA**

Hoje em dia, as despesas com P&D consomem uma proporção significativa nos gastos da empresa. Isso ocorre, principalmente, porque as empresas percebem que o desenvolvimento de um novo produto pode gerar uma competitividade significativa no mercado em relação aos seus concorrentes.

Atualmente, a concorrência pode surgir de todas as formas e de qualquer lugar do mundo, onde as organizações devem estar munidas de ferramentas para desenvolvimento de novos produtos e atender a demanda de mercado. A dificuldade está em que precisamente investir (mão-de-obra, maquinário, tecnologia), em que projetos se deve investir (análise de custo-benefício), e saber em que momento se deve parar de investir em um produto que chegou ao fracasso, porém continua trazendo lucros significativos para a rentabilidade da empresa.

Vale mencionar que, a maioria das empresas procuram maneiras de correlacionar os gastos com a P&D e qual o ganho em lucratividade após a adesão da ferramenta. Edwin ocupa-se de muitos estudos que mostram a relação entre gastos com o investimento em pesquisa e desenvolvimento e o crescimento econômico e produtivo.

Edwin Mansfield (1991), conclui dizendo que “estudos existentes realmente oferecem, de modo aceitável, provas conclusivas de que P&D possui efeito significativo sobre a taxa de aumento de produtividade em indústrias nos períodos de tempos estudados”.

**CLASSIFICAÇÃO DA P&D**

Com o passar dos anos, a P&D passou por processos de inovação e é guiada por meio de estratégias de negócios e em menor extensão, pela busca de conhecimento.

As principais atividade da pesquisa e desenvolvimento são:

* descoberta e desenvolvimento de novas tecnologias
* melhoria em processos existentes
* melhoria da tecnologia utilizada em produção
* análise de resultado de pesquisa

A gestão de P&D pode ser vista por dois lados: de um lado existem atividades de pesquisa relacionadas à **pesquisa básica**, ou fundamental, realizada em empresas analisando técnicas de trabalho adotadas no dia-a-dia e, por outro lado, o desenvolvimento de novos produtos onde as empresas passam a competir significativamente no mercado.

**P&D E ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO**

Decisões de planejamento no futuro certamente são muito difíceis, onde deve levar em consideração os seguintes fatores: econômico, social, político, tecnológico, desastres naturais e assim por diante. A pesquisa e desenvolvimento tem por função realizar uma avaliação sobre o futuro, a fim de analisar realmente quais os melhores métodos a adotar e quais os seus impactos.

Apesar de ser imprecisa, tal avaliação será necessária e deve incluir:

* Previsões ambientais: preocupação com as mudanças tecnológicas que ocorrerá no futuro e quais os impactos que podem ter durante o desenvolvimento de produto;
* Custo-benefício: alteração significativa de recursos no desenvolvimento de novos produtos tecnológicos;
* Riscos: o risco não pode ser removido, porém o planejamento pode auxiliar na tomada de decisões estratégicas utilizando um processo de análise racional.
* Analise de capacidades: levar em consideração pontos fortes e fracos e garantir capacidade para o futuro (este inclui treinamentos para capacitar mão-de-obra)
* Integração: a gestão de P&D deve integrar-se ao processo de administração estratégica de negócio, dando suporte a análise de desenvolvimento de novos produtos.

**ESTUDO DE CASO: A LONGA E DIFÍCIL JORNADA DE 13 ANOS DO VIAGRA, ATÉ O MERCADO**

Após muitas buscas no mercado e com o objetivo de atender a esta demanda, a PFIZER desenvolveu um produto indicado para tratamento de disfunção erétil, ou seja, a incapacidade de obter ou manter a ereção do órgão genital masculino promovendo satisfação durante relações sexuais.

O desenvolvimento desse produto levou cerca de 13 anos, passando por diversas analises e etapas de transformação, onde foi investido aproximadamente 600 milhões de reais. Foram realizados vários teste clínicos, onde a equipe de P&D utilizou todos os meios possíveis para chegar ao resultado esperado, porém chegou um certo momento em que os administradores da P&D estavam dispostos a deixar o projeto, devido a seus desapontamentos.

Durante o desenvolvimento deste produto, a PFIZER enfrentou muitos desafios e dentre eles, o maior surgiu quando perdeu algumas de suas proteções de patentes. Mesmo com as dificuldades e com enfrentando os mais diversos desafios, a PFIZER investiu na equipe de P&D garantindo a qualidade do seu produto e satisfação do cliente.

Com o retorno de tal investimento, a PFIZER chegou a faturar em média US$1,95 bilhões em 2005, atingindo 3% do público masculino na faixa etária dos 40 anos e 64% na faixa dos 70 anos.

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

TROTT, Paul. **Gestão da Inovação e Desenvolvimento de Novos Produtos.** 4.ed. Porto Alegre : Bookman, 2012.

KOTLER, Philip. **Marketing de A á Z: 80 conceitos que todo profissional precisa saber.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

ARAÚJO, Luís César G. de. **Organização, Sistemas e Métodos e as tecnologias de gestão organizacional**. 2.ed. São Paulo, Atlas 2009.