

Referência mundial

Inovações nas áreas de saúde da mulher e proteção solar da Johnson & Johnson são exportadas para o resto do mundo

Dinorah Ereno

Considerada uma das maiores subsidiárias da companhia fora dos Estados Unidos em produção e vendas, a Johnson & Johnson do Brasil tornou-se também referência em pesquisa e desenvolvimento (P&D). “Hoje o centro de pesquisa mundial na linha da saúde da mulher, composta principalmente por absorventes higiênicos, é aqui no Brasil, uma decisão tomada pela matriz no ano passado”, diz Samuel Abel Moody Santos, 53 anos, vice-presidente de P&D para a América Latina. O Centro de Pesquisas e Tecnologia (CPT) da Johnson brasileira está instalado dentro de um complexo industrial que ocupa uma área de 910 mil metros quadrados (m²), dos quais 700 mil m² são áreas verdes, em São José dos Campos, a 72 quilômetros de São Paulo. É também no CPT que se concentra o desenvolvimento de produtos de proteção solar para a América Latina, Europa e Ásia – um papel de protagonismo que foi conquistado ao longo de décadas.

Em 1975, por exemplo, quando Santos começou a trabalhar na Johnson após terminar o se-

gundo grau (atual ensino médio) em técnico mecânico, sua função era projetar máquinas. “Na época, os equipamentos para manufaturar os nossos produtos eram desenhados e fabricados aqui, porque a importação de máquinas tinha um custo altíssimo.” O centro de P&D, que em 2012 completou 40 anos em São José dos Campos, após ser transferido do bairro da Mooca, em São Paulo, não foi no início criado para desenvolver produtos para o mercado brasileiro. Sua função era pesquisar matérias-primas para os produtos conhecidos lá fora que seriam lançados aqui. A empresa chegou ao país em 1933 para suprir o mercado brasileiro com produtos de uso hospitalar e doméstico, como algodão, gaze, esparadrapo e compressas cirúrgicas.

O absorvente feminino Carefree, por exemplo, tinha como núcleo de absorção uma matéria-prima que até hoje não é fabricada no mercado brasileiro. Os pesquisadores daqui desenvolveram um produto com igual desempenho e alguns benefícios adicionais usando matérias-primas totalmente nacionais. O produto hoje é vendido





na América do Norte, Europa e em toda a Ásia. “Esse desenvolvimento, de certa forma, passou a dar a esse centro credenciais globais que até então não tínhamos”, diz Santos, que, no final do curso de engenharia na Universidade de Mogi das Cruzes (UMC), desenhou uma máquina para testar amostras em planta-piloto, o que lhe rendeu um convite para trabalhar no centro de P&D em outubro de 1980.

Em 1994, quando já era gerente de pesquisa da Johnson no Brasil, foi a Xangai, na China, para liderar o desenvolvimento e lançamento de absorventes higiênicos no mercado chinês. Ficou por lá durante um ano e meio, período em que se dedicou ao desenvolvimento do produto, identificação das matérias-primas que seriam utilizadas na sua composição e montagem da fábrica. De Xangai, foi transferido para a sede mundial da companhia em New Brunswick, no estado de Nova Jersey, Estados Unidos. Após mais de 15 anos na matriz, voltou ao Brasil em maio de 2011 para assumir a vice-presidência de P&D para a América Latina. “Nossa pesquisa é

segmentada em áreas”, relata. “São mais de 20 áreas com focos diversos, porque nosso objetivo é ter peritos em cada área.”

Um dos grupos de pesquisa, por exemplo, chamado de Ciência do Consumidor, tem como foco identificar necessidades e desejos dos consumidores. À frente desse grupo está Rosana Rainho das Neves, 53 anos, gerente sênior de P&D, graduada e pós-graduada em engenharia química pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo (USP) e há 30 anos na empresa. “Eu inaugurei essa área no Brasil em 1992, quando ainda estava iniciando na Ásia”, diz Rosana. Seu trabalho tem foco em dois momentos bem distintos do processo de desenvolvimento. Um deles é quando ainda não existe um produto. “Buscamos entender o consumidor e captar os seus *insights* para que, junto com os pesquisadores, possamos gerar ideias de novos produtos.” O segundo momento é na fase de desenvolvimento, em que são feitos testes dos protótipos com o consumidor até chegar a um produto pronto para ser lançado no mercado.

Samuel Santos
(à direita),
vice-presidente
de P&D para a
América Latina
da Johnson,
com equipe de
pesquisadores
em São José
dos Campos



- 1 Hélices de um agitador mecânico
- 2 Avaliação de corantes em laboratório
- 3 Mechas usadas para testar produtos
- 4 Condicionador infantil em fase de testes

ram em 60 países e empregam cerca de 118 mil pessoas. No Brasil são mais de 5 mil funcionários, dos quais 280 trabalham na área de P&D em toda a América Latina – no caso estão incluídos Argentina, Chile, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Panamá, República Dominicana, Paraguai, Uruguai, Colômbia, Venezuela, Equador, Peru, México e Brasil. “Desse total, 200 têm formação superior e 80 são técnicos, dos quais 80% atuam no Brasil”, diz Santos. Farmacêuticos e engenheiros químicos são as duas principais formações acadêmicas, mas biólogos, químicos, físicos, médicos e dentistas também estão entre os pesquisadores. Cerca de 30% deles têm mestrado e 10% doutorado.

O grupo de Rosana tem um canal direto com o grupo de desenvolvimento de produtos, do qual faz parte Paula Scarcelli D’Oliveira Dantas, de 37 anos, gerente sênior de P&D da área de cuidados com

Depois de estabelecer a área de Ciência do Consumidor, onde ficou por nove anos, Rosana assumiu a gerência de produtos para cuidados com a pele (*skin care*) e há oito anos retornou para o grupo que ela criou. “Toda vez que temos um novo produto, precisamos saber a impressão do consumidor sobre ele e para isso fazemos testes qualitativos e quantitativos”, diz Rosana, que fez um curso de Master of Business Administration (MBA) de 900 horas em gestão de negócios na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), em parceria com o Instituto Tecnológico de Aeronáutica (ITA). Os testes internos são feitos a partir de uma base de dados com 1.500 funcionários cadastrados, que participam voluntariamente. Quando a equipe de pesquisa chega a um protótipo de produto que considera ótimo, os testes são feitos com uma base maior de consumidores externos, recrutados por agências.

A divisão de consumo da Johnson no Brasil, que inclui produtos para cuidados com a pele, proteção solar, higiene oral, cuidados com bebês e crianças, cuidados femininos e medicamentos isentos de

prescrição médica, é o segundo maior mercado da empresa no mundo, ficando atrás apenas dos Estados Unidos, onde se localiza a sede da companhia. “A linha de cuidados com a pele, por exemplo, é a que mais vende globalmente”, diz Santos. Em 2011, o faturamento global da Johnson & Johnson Consumo foi de US\$ 14,9 bilhões. A companhia é formada por mais de 250 empresas que ope-

INSTITUIÇÕES QUE FORMARAM PESQUISADORES DA EMPRESA

Samuel Abel Moody Santos, vice-presidente de pesquisa e desenvolvimento para a América Latina

UMC – graduação

Rosana Rainho das Neves, gerente sênior de P&D

USP – Graduação e pós-graduação
ESPM/ITA – MBA

Paula Scarcelli D’Oliveira Dantas, gerente sênior de P&D da área de cuidados com a pele

USP – Graduação
FGV – MBA

Sérgio Luiz de Oliveira, gerente sênior de assuntos científicos, pesquisa analítica e pesquisa microbiológica

Univap e Faculdade Oswaldo Cruz – graduação
Univap/Unicamp – mestrado
FGV – MBA

José Eduardo Pelino, gerente de relacionamento científico e profissional da área de cuidado oral

Unesp – graduação e mestrado
USP – doutorado
Universidade da Califórnia – doutorado e pós-doutorado



“Hoje uso como suporte para os produtos as várias linhas de pesquisa que conduzi na academia”, diz o dentista José Eduardo Pelino

a pele e graduada em farmácia bioquímica na USP. “Trabalhamos desde o ponto zero do projeto até o desenvolvimento do produto”, diz Paula, que passou por duas grandes empresas farmacêuticas e por uma fornecedora de matérias-primas para medicamentos e cosméticos antes de entrar na Johnson em 2005. “Desde que estou aqui tive muitas oportunidades de aprendizado.” Durante dois meses, ela trabalhou em um projeto de cosmetologia em um grande centro de pesquisa da empresa perto de Princeton, em Nova Jersey, nos Estados Unidos. “Depois disso fiquei mais um mês no mesmo local como *shadow* [sombra] de uma pessoa com um alto cargo gerencial para me inspirar nos meus projetos”, diz Paula. Como ela queria se aprofundar na área de consumo, fez um MBA em *marketing* na Fundação Getúlio Vargas (FGV). Além disso, fez uma especialização em cosmetologia, na área de cabelo, no Conselho Regional de Farmácia, e um curso de avaliação em toxicologia de cosméticos na Bélgica.

GRUPO MULTIDISCIPLINAR

A avaliação de segurança e eficácia dos produtos desenvolvidos pelo CPT é feita pela equipe de Sérgio Luiz de Oliveira, de 45 anos e há 27 anos na companhia, que ocupa o cargo de gerente sênior de assuntos científicos, pesquisa analítica e

pesquisa microbiológica de P&D. “Como as análises feitas envolvem a parte química, microbiológica e biofísica, o nosso grupo de pesquisa é multidisciplinar”, diz Oliveira, que começou na empresa como estagiário na área de P&D, após terminar o curso técnico em química. Na equipe formada por 30 pessoas encontram-se biólogos, químicos, farmacêuticos, matemáticos e biofísicos. “Temos de garantir que a fórmula que vai para o mercado consiga suportar todas as variações climáticas após o lançamento”, diz. Oliveira cursou matemática na Universidade Vale do Paraíba (Univap), que tinha um consórcio com o ITA, e química na Faculdade Oswaldo Cruz de São Paulo, além de mestrado na Univap, também uma parceria com a Unicamp, na área de bioengenharia, e MBA na FGV em gestão empresarial.

Além da equipe interna de P&D, a Johnson tem parcerias com USP, Unicamp, ITA, Univap, Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (Inpe) e Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

Na área de P&D também se encontram pesquisadores com extenso currículo acadêmico que fazem a ponte com professores de odontologia e profissionais da área, como é o caso do dentista José Eduardo Pelino, de 42 anos, formado pela Universidade Estadual Paulista (Unesp) de São José dos Campos, onde também fez mestrado na área de microbiologia com fontes luminosas, como laser e LEDs, para prevenção de cáries, doutorado na Universidade da Califórnia em San Francisco, nos Estados Unidos, com foco nas propriedades ópticas de tecidos dentários, pós-doutorado na mesma universidade em clareamento dental, além de um doutorado na USP com bolsa da FAPESP. Além de ter consultório, Pelino deu aulas de mestrado na USP sobre laser em odontologia e nas Faculdades Metropolitanas Unidas (FMU) e foi diretor e coordenador do curso de pós-graduação em odontologia na Universidade Cruzeiro do Sul (Unicsul). Na Johnson desde 2009, Pelino ocupa o cargo de gerente de relacionamento científico e profissional. “Todos os produtos de cuidado oral que são distribuídos pela América Latina passam pelo meu crivo científico”, diz Pelino, que ressalta: “Várias linhas de pesquisa que conduzi ao longo da carreira acadêmica hoje consigo usar na indústria como suporte para produtos”. Os estudos na área de cuidado oral contam com a colaboração de especialistas em óptica da Univap e do Instituto de Química da USP de São Carlos. ■