

**FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS
ESCOLA BRASILEIRA DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E DE EMPRESAS
MESTRADO EXECUTIVO EM GESTÃO EMPRESARIAL**

**ECOSSISTEMA DE STARTUPS DE CAMPINAS: O
PAPEL DA INOVA UNICAMP NA ESTRUTURAÇÃO
DO CAMPO INSTITUCIONAL**

DISSERTAÇÃO APRESENTADA À ESCOLA BRASILEIRA DE ADMINISTRAÇÃO
PÚBLICA E DE EMPRESAS PARA OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE

DANIELLE DE PAULA RENNER
Rio de Janeiro - 2017

DANIELLE DE PAULA RENNER

**ECOSSISTEMA DE STARTUPS DE CAMPINAS: O PAPEL DA INOVA UNICAMP
NA ESTRUTURAÇÃO DO CAMPO INSTITUCIONAL**

Dissertação apresentada à Escola Brasileira
de Administração Pública e de Empresas da
Fundação Getúlio Vargas como requisito
parcial para a obtenção do título de Mestre
em Gestão Empresarial

Orientador: Prof. Dr. Helio Arthur Irigaray

Rio de Janeiro
2017

Renner, Danielle de Paula

Ecossistema e startups de Campinas: o papel da Inova Unicamp na estruturação do campo institucional / Danielle de Paula Renner. – 2017.

126 f.

Dissertação (mestrado) - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Centro de Formação Acadêmica e Pesquisa.

Orientador: Hélio Arthur Reis Irigaray.

Inclui bibliografia.

1. Empresas novas. 2. Empreendedorismo. 3. Inovações tecnológicas. 4. Patentes. 5. Ecossistemas. I. Irigaray, Hélio Arthur. II. Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas. Centro de Formação Acadêmica e Pesquisa. III. Título.

CDD – 658.11


DANIELE DE PAULA RENNER

**"ECOSSISTEMA DE STARTUPS DE CAMPINAS: O PAPEL DA INOVA UNICAMP NA
ESTRUTURAÇÃO DO CAMPO INSTITUCIONAL".**

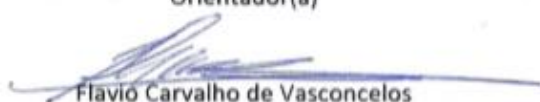
Dissertação apresentado(a) ao Curso de Mestrado Profissional Executivo em Gestão
Empresarial do(a) Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas para
obtenção do grau de Mestre(a) em Administração.

Data da defesa: 29/11/2017

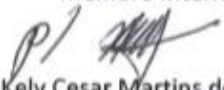
ASSINATURA DOS MEMBROS DA BANCA EXAMINADORA



Helio Arthur Reis Irigaray
Orientador(a)



Flavio Carvalho de Vasconcelos
Membro Interno



Kely Cesar Martins de Paiva
Membro Externo

*A minha família e colegas do mestrado
que me ajudaram neste caminho do conhecimento.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais Gabriel e Angela, que me ensinaram a lutar pelo que acredito e sempre evoluir por meio dos estudos.

Aos meus queridos irmãos e Leo que sempre estiveram comigo nesta jornada. Às amigas Luciana e Bhyanca, sempre na torcida.

Minha gratidão também aos amigos do mestrado, em especial àqueles que ajudaram no meu processo da dissertação, comigo compartilhando o processo no qual evoluímos como pessoas e como profissionais.

Agradeço ao meu orientador, Helio Arthur Irigaray, por me orientar nesta jornada final de conclusão do mestrado.

Aos professores Rubens Mario, Maria Alice e Ana Ligia por terem me apoiado na realização deste mestrado, viabilizando uma bolsa de estudos.

Por fim, agradeço a FGV-EBAPE pelo apoio e ensinamentos proporcionados.

RESUMO

Este estudo tem como objetivo identificar e compreender as práticas e padrões criados no processo de institucionalização do campo formado por empresas de base tecnológica, constituídas a partir do conhecimento produzido na universidade de Campinas.

A pesquisa analisou o conteúdo de 13 relatórios de atividades da agência de inovação da Unicamp. Em uma primeira fase identificou práticas criadas pela agência que contribuíram para a formação do ecossistema de inovação em Campinas para, em uma segunda fase, as categorizar em grupos de práticas.

O estudo concentrou-se apenas na análise dos relatórios de 2003 a 2016 da agência de inovação da Unicamp, restringindo sua análise ao discurso deste órgão da universidade.

Sob o ponto de vista acadêmico, a pesquisa evidenciou que para a formação de campos institucionais de inovação em torno de instituições de ensino brasileiras, o processo deve prever, cronologicamente, o relacionamento da universidade com: o governo (por meio do Fortec, para participar das discussões), as startups e empresas estabelecidas na região (para orientar a formação do conhecimento aplicado no campo) e por último a interação entre alunos e ex-alunos (para incentivar os alunos a reconhecerem o potencial de negócios e financeiro do conhecimento por eles gerado).

A partir destes resultados, temos um incentivo para o desenvolvimento de um ambiente propício à criação de patentes e startups com tecnologia licenciada em universidades. O modelo pode ajudar outras instituições de ensino a rever seus processos de aplicação de conhecimento científico na resolução de problemas de mercado.

Pelo nosso estudo, esta é a primeira pesquisa que relaciona ecossistemas de inovação e teoria institucional. Apesar de inovação não ser considerada normatizável, o ecossistema de inovação de Campinas apresentou-se institucionalizado, como foi apresentado na pesquisa.

Palavras-chave: Empresas novas, Empreendedorismo, Inovações tecnológicas, Patentes, Ecossistemas.

Categoria do Artigo: Dissertação de Mestrado / Artigo Original

ABSTRACT

The study objective's is to identify and understand practices and patterns created in the institucionalization process of a field composed by firms designed by the applied knowledge produced by the Campinas University.

For this purpose, it was analysed the content of 13 annual reports from the patent office Inova Unicamp. The first phase of this research identified practices that have assisted Inova Unicamp to design the Campinas's innovation ecosystem and in the second phase the practices were categorized according the annual report's content analyzed.

By the academic point o view, the study evidenced that to create a innovation organizational field around a Brazilian university, the process must contain the university's interaction with: the government (troughout Fortec to foster discussion), startups and companies (to guide knowledge application), and the interaction between students and alumni (to encourage the recognition of the business potention of the applied knowledge by the students).

The limitation of this research was to analise only the content of the annual reports of Inova Unicamp between the years of 2003 and 2016.

From these results, we can foster innovation and technological entrepreneurship in universities and contribute for the development of patents and startups. The model created by the top ranking office patent office in the country (Inova Unicamp) could be used by others brazilian's universities to review patent creation process or foster projects to apply scientific knowledge in the resolution of market problems, creating new jobs and companies.

To our knowledge, this is the first study that relates innovation ecosystems with institutional theory. Besides the facts innovation pretends not to be institutionalized, it shows to be at the Campinas university ecosystem.

Key-terms: startups, entrepreneurship, technological innovations, patents, ecosystems.

Paper category: Master's thesis/ Research paper

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 -	Resumo das categorias de práticas da Inova	27
Quadro 2 -	Categorias e práticas e cada fase da institucionalização	27
Quadro 3 -	Cadeia de Relacionamento Inova Unicamp	50

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 -	A Inova Unicamp em números	30
------------	----------------------------------	----

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
1.1	O PROBLEMA	11
1.2	OBJETIVOS	12
1.3	RELEVÂNCIA DO ESTUDO	12
1.4	DELIMITAÇÃO E LIMITAÇÕES DO ESTUDO	12
1.5	QUESTÃO A SER RESPONDIDA	13
2	MARCO TEÓRICO	15
2.1	FUNDAMENTOS DA TEORIA INSTITUCIONAL	15
2.1.1	Processo de institucionalização e estruturação do campo institucional	16
2.1.2	O conceito de campo institucional	19
2.1.3	Estrutura formal e isomorfismo	20
2.1.4	Ecossistemas de Inovação	22
3	ESTRATÉGIA METODOLÓGICA	24
3.1	COLETA DE DADOS	24
3.2	TRATAMENTOS E ANÁLISE DOS DADOS	24
4	RESULTADO DA PESQUISA	26
4.1	AS FASES DA INSTITUCIONALIZAÇÃO	28
4.1.1	Fase de pré-institucionalização	28
4.1.2	Fase de semi-institucionalização	36
4.1.3	Fase de sedimentação	42
5	IMPLICAÇÕES DO ESTUDO	53
	REFERÊNCIAS	55
	GLOSSÁRIO	58
	APÊNDICES	59
	APÊNDICE A – Análise de Conteúdo Relatório de Atividades Inova Unicamp 2004	59
	APÊNDICE B – Análise de Conteúdo Relatório de Atividades Inova Unicamp 2005	62
	APÊNDICE C – Análise de Conteúdo Relatório de Atividades Inova Unicamp 2006	67
	APÊNDICE D – Análise de Conteúdo Relatório de Atividades Inova Unicamp 2007	71
	APÊNDICE E – Análise de Conteúdo Relatório de Atividades Inova Unicamp 2008	75
	APÊNDICE F – Análise de Conteúdo Relatório de Atividades Inova Unicamp 2009	77
	APÊNDICE G – Análise de Conteúdo Relatório de Atividades Inova Unicamp 2010	81
	APÊNDICE H – Análise de Conteúdo Relatório de Atividades Inova Unicamp 2011	86
	APÊNDICE I – Análise de Conteúdo Relatório de Atividades Inova Unicamp 2012	91
	APÊNDICE J – Análise de Conteúdo Relatório de Atividades Inova Unicamp 2013	97
	APÊNDICE K – Análise de Conteúdo Relatório de Atividades Inova Unicamp 2014	103
	APÊNDICE L – Análise de Conteúdo Relatório de Atividades Inova Unicamp 2015	111
	APÊNDICE M – Análise de Conteúdo Relatório de Atividades Inova Unicamp 2016	115

1 INTRODUÇÃO

1.1 O PROBLEMA

A competitividade das empresas depende da melhoria constante de seu desempenho, o que justifica a constante procura por novas tecnologias em processos, produtos e gestão (MINTZBERG; QUINN, 2001). O ambiente econômico no qual as empresas operam as pressiona a executarem mudanças de diversas naturezas: reposicionar a linha de produtos para ganhar mercado, investir na modernização dos equipamentos, bem como adotar políticas de cooperação com os fornecedores e com o mercado

Dessa forma, há uma transição da produção baseada em recursos para outra baseada em conhecimento, e a competitividade deixa de ser individual para ser sistêmica, na qual a resolução efetiva de problemas passa a ocorrer em equipes multidisciplinares. Em um contexto de *cluster* de pequenas e médias empresas, tal característica se acentua na medida em que a inovação passa a ser primordial para o ganho de competitividade e as relações de cooperação entre organizações e a sinergia entre as estruturas locais sedimentam o processo (TRISTÃO; OPRIME; JUGEND; SILVA, 2013).

Ao se investigar *clusters* de pequenas e médias empresas inovadoras na economia global, como o Vale do Silício, observa-se a existência de universidades e centros de pesquisa, a mão de obra qualificada (especializada) e a sinergia entre as empresas e os institutos envolvidos (LEIH; TEECE, 2016). Leih e Teece sugerem modelos teóricos que auxiliam líderes de universidades a elaborarem mudanças organizacionais e estratégias para a universidade. Todavia, o empreendedorismo acadêmico na interação entre ecossistemas universidade-indústria pode ser um caminho estratégico para a universidade, e esse é o objeto desta pesquisa. A rigor, esses ecossistemas, para serem desenvolvidos e fortalecidos, precisam da cooperação entre atores locais, regionais e nacionais (DIMAGGIO; POWELL, 2005). Neste trabalho, foca-se a institucionalização do campo de empreendedorismo tecnológico existente em Campinas e formula-se a seguinte pergunta: *Qual foi o papel da Unicamp na criação e **institucionalização** do ecossistema de startups de Campinas?*

Para respondê-la, foi conduzida uma pesquisa empírica na agência de inovação da Unicamp (Inova Unicamp), cuja missão era “Ampliar o impacto do ensino, pesquisa e extensão da Unicamp por meio do desenvolvimento de parcerias e iniciativas que estimulem a inovação e o empreendedorismo em benefício da sociedade”. (INOVA UNICAMP, 2012, p. 43).

Este trabalho está estruturado em sete seções além desta introdução. Na segunda seção, apresenta-se o marco teórico; na terceira, a proposta metodológica; na quarta seção, os resultados da pesquisa; e, nas duas subsequentes, a discussão dos resultados e a conclusão seguida das referências.

1.2 OBJETIVOS

O objetivo final deste estudo foi identificar o papel da Unicamp na estruturação do campo na visão da Inova Unicamp.

No processo, foram alcançados os seguintes objetivos:

- descrição do processo de estruturação do campo institucional: marcos da institucionalização ao longo dos anos, o papel da universidade, o governo neste processo;
- entendimento das normas, práticas e os valores compartilhados;
- descrição das normas e padrões criados pela Inova e que contribuem para a institucionalização do *cluster* de startups da região na visão da Inova Unicamp.

1.3 RELEVÂNCIA DO ESTUDO

A importância deste estudo está em identificar as novas práticas, mitos e padrões institucionais que possam vir a ser utilizados para a formação de mão de obra especializada, fomentando, assim, a inovação e a criação de patentes de propriedade intelectual no campo estudado na Unicamp, na região de Campinas ou em nível nacional. O impacto deste estudo está em definir as ações que resultam no aumento do número de patentes e consequente criação de empresas com licenciamento das tecnologias patenteadas, trazendo crescimento econômico e desenvolvimento para o Brasil.

Sob o ponto de vista acadêmico, espera-se que esta pesquisa estimule pesquisadores a estudar mais a fundo os mecanismos que estimulam o desenvolvimento de patentes e o empreendedorismo de base tecnológica.

1.4 DELIMITAÇÃO E LIMITAÇÕES DO ESTUDO

A presente pesquisa se limita a analisar os dados coletados nos relatórios de atividades da Inova Unicamp sob a luz da teoria institucional, concentrando-se no aspecto do processo

de estruturação do campo institucional, bem como nos processos de mitos e cerimônias.

A atuação da Unicamp se divide em **Ensino** (composto pela graduação e ensino técnico) e **Pesquisa** (formada pela Agência Inova Unicamp, Pró-reitoria de Pesquisa, Pró-reitoria de Pós-graduação, Programa de Mestrado e Doutorado, Centros e Núcleo, Escolas de Extensão e Programa Somos Unicamp).

O presente estudo se concentra na análise da Inova Unicamp, atuante no âmbito da pesquisa, que foi formada com a missão de identificar oportunidades e promover atividades de estímulo à inovação e ao empreendedorismo, **ampliando o impacto** do ensino, da pesquisa e da extensão **em favor do desenvolvimento socioeconômico sustentável**. Foi criado no dia 23 de julho de 2003, com o objetivo de estabelecer uma rede de relacionamentos da Unicamp com a sociedade para incrementar as atividades de pesquisa, ensino e avanço do conhecimento. A agência de inovação atua nas seguintes frentes:

1. auxílio aos pesquisadores no licenciamento das inovações;
2. gestão da propriedade intelectual gerada no âmbito da Unicamp;
3. empreendedorismo mediante:
 - a. estímulo à criação de novas empresas de base tecnológica, por meio de infraestrutura e capacitação tecnológica e gerencial para novos empreendedores (Incubadora Incamp);
 - b. disciplinas e programas que estimulam a atitude empreendedora dos alunos e profissionais dos diversos institutos da Unicamp (por exemplo: Programa Líder em Inovação);
4. estrutura física do Parque Científico Tecnológico, que propõe a interação de:
 - a. laboratórios de projetos de P&D (Pesquisa e Desenvolvimento) em parceria com instituições públicas e privadas;
 - b. incubadora de base tecnológica (Incamp);
 - c. ambientes para projetos temporários de inovação;
 - d. ambientes para pré-incubação de empresas inovadoras nascentes.
5. parcerias para aproximação com a sociedade (empresas, setor público, institutos e fundações) e potencialização da sinergia entre vários órgãos da Unicamp;

1.5 QUESTÃO A SER RESPONDIDA

A pesquisa pretende responder a seguinte pergunta:

- Ao longo do processo de estruturação do campo institucional, quais foram as

práticas, ações e marcos que ajudaram, na visão da própria agência de inovação, a sedimentar os elos entre as startups (institucionalizar o ecossistema)?

2 MARCO TEÓRICO

2.1 FUNDAMENTOS DA TEORIA INSTITUCIONAL

O marco teórico da presente pesquisa está baseado nos fundamentos da **Teoria Institucional**. Por isso, pretende-se apresentar a seguir o principal conceito que serve de base para ela: a estruturação de um campo institucional.

Hannan e Freeman (1977) iniciam um artigo teórico questionando a homogeneidade de formas e práticas organizacionais. A partir desse artigo, a burocratização organizacional é explicada como fruto da estruturação de campos organizacionais que, com o estabelecimento do campo, torna as organizações mais homogêneas e não necessariamente mais eficientes e produtivas. DiMaggio e Walter Powell, em “A Gaiola de Ferro revisitada” (2005), aprofundam o entendimento do processo de homogeneização do campo institucional, que nos estágios iniciais apresentam diversidade em suas práticas, mas que, uma vez o campo estabelecido, dão espaço à homogeneização. O foco, nesse caso, é ser racional para atores do campo organizacional, mantendo a conformidade do campo, e não necessariamente sendo eficiente.

Organizações estabelecidas em um campo organizacional são organizações atuantes em um mesmo ramo de negócios, **estruturados** em um campo concreto (seja por categoria profissional, por leis estipuladas pelo Estado, por competição, etc.). A estrutura de um campo pode ser definida com base em quatro elementos, segundo DiMaggio e Powell (1983):

1. aumento da interação entre organizações no campo;
2. surgimento de estruturas de dominação e padrões de coalisões organizacionais claramente definidos;
3. aumento da carga de informação com a qual as organizações dentro de um campo devem lidar;
4. desenvolvimento de uma conscientização mútua entre os participantes que estão envolvidos em um negócio em comum.

Meyer e Rowan (1977) também apresentam uma forma diferente da teoria funcionalista de se pensar as estruturas formais (TOLBERT; ZUCKER, 1996), argumentando que estruturas formais podem ser compostas por mitos e cerimônias, ou seja, atividades cobertas de significado social e de racionalidade institucional. Mitos institucionalizados, dessa forma, fornecem novos domínios de atividades racionais, e organizações formais emergem

desses domínios de conhecimento (MEYER; ROWAN, 1977). Organizações possuem aspectos simbólicos, como missão e arranjos estruturais, hierárquicos influenciados por aspectos informais (SELZNICK, 1949), e o discurso da racionalidade expressa nesses elementos institucionais reflete os mitos de seus ambientes institucionais em vez de as demandas de suas atividades de trabalho. Muitas políticas, programas e procedimentos das organizações modernas são reforçados pela opinião pública, pela visão de quem a compõe, pelo conhecimento gerado e legitimado pelo sistema educacional, pelo prestígio social, pelas leis. Em sua maioria, os elementos da estrutura formal são altamente institucionalizados e funcionam como mitos, por exemplo: **nas profissões** que emergem, a inspeção não é apenas por resultado, mas por regras sociais, como certificações profissionais para se exercer determinada função profissional que exige certa especialização. (MEYER; ROWAN, 1977).

Essa é uma maneira totalmente diferente de se pensar a natureza do processo de tomada de decisão organizacional. A maior contribuição de Meyer e Rowan, porém, foi de apontar as implicações do uso de estruturas formais para propósitos simbólicos, para comunicar o comprometimento com o racional e eficiência, por exemplo (TOLBERT; ZUCKER, 1996). São elas:

1. organizações são orientadas a incorporar práticas que são definidas como racionais e estão institucionalizadas na sociedade. Aquelas instituições que fazem isso aumentam sua legitimidade e suas chances de sobrevivência independentes da sua eficiência;
2. o sucesso organizacional depende de outros fatores organizacionais em vez de eficiência e controle de produção, ou seja, as instituições altamente institucionalizadas são bem-sucedidas ao se tornarem isomorfólicas, pois ganham legitimidade e recursos necessários para sobreviver;
3. nas organizações formais, as regras são frequentemente violadas e os sistemas de inspeção são subvertidos – afirmativa que é um desafio às explicações tradicionais, que entendiam que as estruturas formais eram significantes de coordenação e controle.

2.1.1 Processo de institucionalização e estruturação do campo institucional

A Teoria Institucional é formada pelo velho institucionalismo e pelo novo institucionalismo. O velho se iniciou com os estudos de Philip Selznick; já o novo está nos trabalhos de Meyer e Rowan (1977), DiMaggio e Powell (1991, 1983), Scott e Meyer (1991). O presente estudo se concentra no novo institucionalismo.

Segundo Scott e Meyer (1991), as ações e práticas repetidas por uma determinada organização levam o nome de **institucionalização**. As regras e normas das sociedades estruturam a criação e desenvolvimento das institucionais.

A consolidação, ou estruturação, do campo institucional é definida a partir das seguintes características (DIMAGGIO; POWELL, 1983):

1. aumento na amplitude da interação entre as organizações no campo;
2. surgimento de estruturas de dominação e padrões de coalizões interorganizacionais claramente definidos;
3. aumento de interação entre as organizações no campo;
4. surgimento de estruturas de dominação e padrões de coalizões organizacionais claramente definidos.

Segundo os teóricos, a estrutura e comportamento de campos institucionais levam em conta o contexto cultural dos atores que o compõem e como eles lidam com as incertezas. Nos **estágios iniciais**, os campos institucionais – que são formados por organizações que conjuntamente são reconhecidas como uma área da vida institucional e estão estruturadas em um campo concreto (por competição, categoria profissional, pelo Estado etc.) – apresentam-se com **diversidade** em termos de forma e abordagem. Uma vez que essas redes interorganizacionais (LAUMANN; GALASKIEWICZ; MARSDEN, 1978), formadas por atores dessas instituições, começam a se comportar guiadas pelas normas estabelecidas pelo campo e encontram legitimidade nas práticas estabelecidas pelas outras instituições dele, o mimetismo é evidenciado e, como consequência, o ambiente de atuação daquelas empresas torna-se homogêneo.

As fases de institucionalização de um campo, segundo Meyer e Rowan (1977), são:

Fase de pré-institucionalização

Trata-se de uma fase de criação de novas estruturas e, como resposta, a formalização de procedimentos e políticas. Ações habitualizadas são hábitos adotados por um ator ou grupo de atores para resolver um determinado problema. Esses comportamentos ficam habitualizados na medida em que são acionados por atores para se resolver determinado estímulo sem nenhum esforço de tomada de decisão (ZUCKER, 1977). Resumidamente, esta fase consiste na criação de comportamentos-padrão para a resolução de problemas.

Fase de semi-institucionalização

É a fase da objetificação, do desenvolvimento de significados sociais compartilhados associados aos comportamentos padrões – desenvolvimento que é importante para aplicar as ações.

Sedimentação

É a fase caracterizada pela difusão da prática em um grupo de atores.

Uma vez que diferentes organizações, no mesmo ramo de negócios, estejam estruturadas em um campo concreto, pelo Estado e pelas categorias profissionais, forças poderosas emergem, levando-as a se tornarem mais similares umas às outras.

À medida que uma nova prática (inovação) é lançada e adotada por outras organizações, observa-se que a legitimidade de estar adotando tem mais valor e prioridade dentro do campo do que o desempenho (MEYER; ROWAN, 1977). Estratégias que são racionais para as organizações individualmente podem não o ser se adotadas por outras organizações do mesmo campo só por conta da legitimidade institucional que a prática pode trazer em relação às outras organizações. Ao adotar práticas de outras organizações para ganhar legitimidade, o campo estruturado inicia o processo de isomorfismo.

O conceito que melhor capta o processo de homogeneização é o de isomorfismo. Para DiMaggio e Powell (2005), o isomorfismo constitui um processo de restrição que força uma unidade em uma população a se assemelhar a outras unidades que enfrentam o mesmo conjunto de condições ambientais. O isomorfismo pode acontecer porque as formas não ótimas são excluídas de uma população de organizações ou porque os tomadores de decisões nas organizações aprendem respostas adequadas e ajustam seus comportamentos de acordo com elas. Na esfera populacional, as características organizacionais são modificadas na direção de uma compatibilidade crescente com as características do ambiente. O número de organizações em uma população é função da capacidade de sustentação do ambiente e a diversidade de configurações organizacionais é isomórfica à diversidade ambiental.

Teóricos clássicos da teoria organizacional pressupõem um universo institucional diferenciado e diverso, e explicam essa variação em termos de estrutura e comportamento (DIMAGGIO; POWELL, 1983), enquanto Hanna e Freeman (1977), em seu primeiro artigo, procuraram explicar a homogeneidade de ambientes institucionais. É nesta linha que a presente dissertação irá se desenvolver, pois o campo institucional a ser estudado apresenta características de um campo institucional estabelecido, ou seja, estruturado por normas e uma

rede interligada de instituições, caracterizando-se por um comportamento mimético e homogêneo (DIMAGGIO; POWELL, 2005) sob a ótica de políticas públicas, organizações de classe profissional, treinamento especializado, etc.

2.1.2 O conceito de campo institucional

Machado da Silva, Guarido e Rossoni (2006) entendem a dinâmica do campo organizacional como um processo de estruturação do campo organizacional sob um caráter histórico que tanto constrange como habilita as ações dos atores sociais. Para DiMaggio e Powell (1983), ele pode ser definido como organizações que constituem uma área conhecida de vida institucional, como clientes, fornecedores-chave, leis, agências regulatórias. Em suma, entende-se o campo organizacional como “uma comunidade de organizações que compartilham sistemas de significados comuns e cujos participantes interagem mais frequentemente e decisivamente entre eles do que com atores fora do campo” (SCOTT, 2001, p. 207-208).

Campos organizacionais altamente estruturados formam um contexto em que esforços individuais (de uma organização) são homogêneos em termos de estrutura, cultura e resultados, por conta da necessidade de lidar racionalmente com incertezas e restrições. Numa segunda perspectiva, Machado da Silva, Guarido e Rossoni (2006) apresentam a ideia de campo funcional proposta por Scott, definido-o como conjunto de “organizações similares e diferentes, interdependentes, operando numa arena funcionalmente específica em associação com seus parceiros de troca, fontes de financiamento e reguladores” (SCOTT; MEYER, 1994, p. 9).

Outra perspectiva sobre os campos organizacionais baseia-se em Bourdieu (2001, p. 9) “especialmente na sua ideia de que a categoria central para a compreensão das relações entre os agentes nos campos sociais é o poder e a sua reprodução”. Dessa maneira, o campo é tido como áreas de poder onde os elementos-chave são dominação e poder de decisão. George, McGahan e Prabhu (2012) representam bem essa mesma visão, da qual se entende que a construção de campos organizacionais é um fenômeno cultural que envolve práticas sociais preexistentes, regras imersas nas relações de poder entre grupos e estruturas cognitivas que funcionam como quadros culturais. Para Fligstein (2001), os campos definem o comportamento de normas e promovem a estabilidade para beneficiar seus membros mais poderosos. A ideia de campo, nessa perspectiva, é fruto da criação de organizações e seus principais atores.

Há quem considere mudar um arranjo institucional como um ato empreendedor (MEYER; JEPPEPERSON, 2000). Considerando que o fundamento do empreendedorismo está na autonomia do indivíduo como unidade primária para a criação de novas atividades, pode-se afirmar que indivíduos e organizações (vistas como grupos de indivíduos) podem remodelar atividades na medida em que startups são fontes de inovação, valor e empregos. Como essas atividades são posteriormente ensinadas e aprendidas (o que é evidenciado pelo aumento de cursos e publicações), conclui-se que, com essas novas práticas e estruturas, é possível criar mudanças nos arranjos institucionais existentes (HWANG; POWEL, 2009). Analisando sob a ótica da teoria institucional, pode-se considerar esta nova variável – a do indivíduo empreendedor ganhando legitimidade e poder em mudar arranjos institucionais – como crucial.

Dessa forma, a presente pesquisa pretende conhecer os valores culturais da Inova Unicamp, cuja principal característica é criar novas práticas e ideias dentro do ecossistema de inovação de Campinas. A análise dos valores desses atores será considerada a teoria exposta por Bordieu (2007) em *A distinção*, na qual ele afirma que o bom gosto é um atributo que se alcança com o tempo, na educação familiar, no cultivo de hábitos relacionados a sua classe. Os hábitos sociais, para ele, ultrapassam as necessidades primárias e passam a ser um código do bom gosto, e é esse código que passa a nortear as escolhas dos indivíduos. É por isso que a pesquisa pretende compreender a programação mental de valores da Inova Unicamp expressos em seus relatórios de atividade, principal discurso do ecossistema de startup de Campinas. É nos códigos do que é bom e do que não é, para um grupo social, que se pode compreender de maneira mais profunda suas escolhas.

Entendendo que as culturas organizacionais criam campos de debates simbólicos do que é aceitável e rejeitável, entender o capital simbólico de um determinado grupo social pressupõe compreender as narrativas de seus atores para compreender o poder de quem está no campo (BOURDIEU, 2001).

2.1.3 Estrutura formal e isomorfismo

Estruturas formais, como mitos e cerimônia (MEYER; ROWAN, 1977), sustentam que os elementos da estrutura formal são manifestações de regras institucionais poderosas que funcionam como mitos altamente racionalizados e que são obrigatórias a determinadas organizações. As regras institucionais, por sua vez, são moldadas por comportamentos sociais prevalecentes, arraigados no entendimento da realidade social. Tal afirmativa contra-

argumenta as teorias anteriores, que entendiam o funcionamento das organizações como regras e procedimentos prescritos (estrutura formal) que eram seguidos.

Essas regras definem novos domínios de atividade, que são codificados em programas, profissões, técnicas institucionalizadas, e as organizações incorporam esse pacote e códigos. Por as regras estarem no panorama social, criam-se exigências para incorporá-las à instituição. Com isso, basta apenas uma energia empreendedora para acoplar à estrutura institucional. Por exemplo, quando profissionais com determinada expertise são treinados, as organizações começam a sofrer pressão para incorporar unidades dessa especialidade.

Como essas regras e elementos são incorporados às estruturas institucionais por serem considerados apropriados, racionais e necessários, as organizações precisam incorporá-los para evitar ilegitimidade. Com isso, as organizações tendem a ficar isomorfóbicas ao ambiente por conta da interdependência técnica e de troca (MEYER; ROWAN, 1977).

A mudança isomorfóbica institucional pode ocorrer por meio de três mecanismos (DIMAGGIO; POWELL, 1983):

1. **ISOMORFISMO COERCITIVO:** resultante da pressão formal ou informal exercida por organizações ou das expectativas culturais da sociedade em que a organização atua. Por exemplo, pode ser uma resposta a ordens governamentais de controle de poluição. De alguma forma, é o reflexo do ambiente legal e cultural no comportamento das empresas. As pressões coercitivas somente são construídas em relacionamentos de intercâmbio de conhecimento ou equipamento. Por exemplo, fornecedores não resistem a pressões externas.

À medida que as estruturas organizacionais refletem cada vez mais as regras institucionalizadas e legitimadas pelo Estado, organizações tornam-se mais homogêneas em determinado domínio e cada vez mais organizadas em torno de rituais em conformidade com instituições maiores (MEYER; ROWAN, 1977).

2. **PROCESSOS MIMÉTICOS:**

A incerteza também constitui uma força poderosa que encoraja a imitação. Quando as metas são ambíguas ou o ambiente cria uma incerteza simbólica, as organizações podem vir a tornar outras organizações como modelo que elas percebem ser mais legítimos e bem-sucedidos. Quanto mais incerto o relacionamento entre os meios, e ambíguas as metas organizacionais, maior a probabilidade de a organização moldar-se em outras organizações que considera bem-sucedidas.

3. PRESSÕES NORMATIVAS

A terceira fonte de mudança organizacional isomórfica é a normativa e deriva principalmente da profissionalização, entendida como uma luta coletiva para definir as condições e métodos de trabalho para controlar a produção dos produtos (Rossetto e Rossetto, 2005).

Dois aspectos da **profissionalização** são importantes para o isomorfismo: um é a legitimação em uma base cognitiva produzida por especialistas universitários; o outro é o crescimento e a constituição de redes profissionais que perpassam as organizações e por meio das quais novos modelos são difundidos. As universidades e instituições de treinamento profissional constituem importantes centros de desenvolvimento de normas organizacionais entre os gerentes profissionais e seus funcionários. Quanto maior a confiança em credenciais acadêmicas para a escolha de pessoal, maior o grau em que a organização se tornará semelhante a outras nesse campo (DIMAGGIO; POWELL, 1983).

Outro mecanismo estimulador do isomorfismo normativo é a **seleção de pessoal**, quando, dentro de um mesmo campo institucional, ocorre por meio da contratação de pessoas da mesma indústria, estabelecendo o que Kanter (1972) chama de “reprodução homossexual da gestão”.

2.1.4 Ecosystemas de Inovação

A noção de Ecosystemas descreve a interação e as relações entre organizações interconectadas na criação de valor. O termo surgiu em meados da década de 1990 e tem sido cada vez mais adotado em jornais acadêmicos, como o *Strategic Management Journal* (TEECE, 2007; ADNER; KAPOOR, 2010 2016; GULATI; PURANAM; TUSHMAN, 2012). Argumenta-se que o foco do marketing e da estratégia deve se moldar ao ecossistema onde a empresa atua, permitindo a cocriação de valor e coevolução (ADNER; KAPOOR, 2010).

O constructo é definido por Erkko e Llewellyn (2014) como uma rede interconectada por organizações, conectadas a uma empresa formal ou plataforma, que cria e incorpora novos valores à inovação. O ponto focal interconectado pode ser uma empresa na localidade (TEECE, 2007; ADNER; KAPOOR, 2010), uma empresa *hub* (MOORE, 1993) ou uma plataforma compartilhada (CUSUMANO; GAWER, 2013).

O uso do termo ecossistema se expande e é aplicado no contexto acadêmico na relação entre universidade e indústria. Para Leih e Teece (2016), o empreendedorismo acadêmico

passa a fazer parte do debate ao tentar se definir como a melhor forma de difundir o conhecimento e beneficiar as interações universidade-indústria (ROSENBERG; NELSON, 1994). Há uma necessidade de se criarem novos arranjos e parcerias para apoiar atividades comerciais que beneficiam o campus.

Para Leih e Teece (2016), a abordagem de Stanford de criação de um ecossistema ganha-ganha, em que a educação superior atende às necessidades da indústria, traz vantagens duradouras. Para isso, procuraram entender como a liderança do campus de uma universidade focada em pesquisa afeta o desenvolvimento e a preservação da excelência na pesquisa, nas aulas e na comercialização tecnológica dessas atividades. Apesar de ser uma pesquisa exploratória para entender as características dos líderes e suas capacidades, o resultado corroborou para enfatizar a importância de a universidade atuar de maneira mais estratégica, já que se pode trazer um desenvolvimento positivo no campo da educação empreendedora.

3 ESTRATÉGIA METODOLÓGICA

3.1 COLETA DE DADOS

Os instrumentos de coleta de dados para a pesquisa foram:

- leitura de documentos: relatório anual de atividades da Inova Unicamp de 2004 a 2016, totalizando cerca de 700 páginas.

Os procedimentos e a fase de análise do conteúdo seguem a metodologia indicada por Bardin (2009):

- **Etapa 1: Pré-análise** – fase em que se organiza o material com o objetivo de torná-lo operacional. Tem quatro etapas:
 1. leitura flutuante;
 2. escolha dos documentos;
 3. formulação das hipóteses e dos objetivos;
 4. referenciação dos índices e elaboração de indicadores.
- **Etapa 2: Exploração do material** – possibilita a riqueza das interpretações e das inferências (fase seguinte):
 5. definição de categorias (sistemas de codificação);
 6. identificação das unidades de registro e unidades de contexto nos documentos.
- **Etapa 4: Tratamento dos resultados, inferência e interpretação** – fase de condensação e destaque das informações.

Enfim, esta pesquisa pretende acompanhar e mapear as práticas institucionais normatizadas pela UNICAMP. Para isso, procura-se responder à seguinte pergunta: Qual foi o papel da agência Inova Unicamp na criação e **institucionalização** do ecossistema de startups de Campinas?

3.2 TRATAMENTOS E ANÁLISE DOS DADOS

Os relatórios de atividade de 2003 a 2016 são utilizados como objeto de estudo e a análise de dados se dá conforme as diretrizes de análise de discurso de Bardin (2009), que se

concentram nas seguintes etapas: (I) Pré-análise, (II) Exploração do material e, por fim, (III) Tratamento dos Resultados: a inferência e a interpretação (BARDIN, 2009).

O objetivo é entender as lógicas simbólicas que estão por trás das falas. Para isso, foram mapeados valores quanto às práticas institucionais dessas falas. A partir desta pesquisa, analisam-se os seguintes pontos:

- quais são as práticas institucionais; e
- quais são os mitos e padrões criados.

A análise dos dados realiza-se por análise do discurso, que consiste em uma técnica que explora as relações entre discurso e realidade, verificando como os textos são feitos, carregando significados por meio dos processos sociais. Para Bardin (2009), a análise de discurso pertence ao campo da análise de conteúdo. Bardin rejeita a ideia de rigidez e de completude. Entretanto, confirma a importância do rigor da objetividade (da cientificidade) e a riqueza da subjetividade. Portanto, a análise de conteúdo, como técnica de análise de dados, tem o propósito de:

- ultrapassar o senso comum do subjetivismo; e
- alcançar o rigor científico necessário, mas não a rigidez inválida.

A **análise de conteúdo** consiste em fazer inferências de conhecimentos relativos à produção ou recepção de conteúdo (BARDIN, 2009). Para Chizzotti, o objetivo é compreender suas significações explícitas ou ocultas. Constitui uma técnica que trabalha os dados coletados, objetivando a identificação do que está sendo dito a respeito de determinado tema (VERGARA, 2005).

4 RESULTADO DA PESQUISA

Esta pesquisa tem como objetivo final identificar as práticas que a Inova Unicamp adotou no processo de institucionalização do ecossistema de startups em Campinas. Para cada fase de institucionalização, foram identificadas práticas da Inova que correspondem às fases descobertas na pesquisa de Meyer e Rowan (1977).

O quadro abaixo apresenta as categorias emergentes identificadas a partir das atividades descritas nos relatórios de atividade ao longo dos anos:

Categorias de práticas da Inova Unicamp na criação de elos no ecossistema	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Promoção de parcerias	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Incentivo e acompanhamento no processo de patentes e licenciamento	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Capacitação e formação de profissionais para inovar e empreender	x			x		x	x	x	x	x	x	x	x
Articulação de políticas e ações dirigidas para o desenvolvimento de Campinas e do país		x	x	x		x	x		x	x	x		

Quadro 1 - Resumo das categorias de práticas da Inova

Fonte: Elaboração própria

As categorias emergentes foram criadas a partir do agrupamento de práticas relatadas ao longo dos 13 anos de relatórios de atividades da agência de inovação da Unicamp (Inova Unicamp). Em seguida, para cada prática descrita identificou-se a fase da formação do campo correspondente, condesados no quadro abaixo.

CATEGORIA	PRÁTICAS (Subcategorias)	FASE DE INSTITUCIONALIZAÇÃO
Promoção de parcerias	Projetos de pesquisa da universidade ofertados a organizações e governos	(1) Pré-institucionalização
	Projetos de pesquisa customizados a necessidade das organizações e governo	(1) Pré-institucionalização; (3) Sedimentação

	Criação de Laboratórios focados em temas-chave de organizações	(2) Semi-institucionalização; (3) Sedimentação
	Comunicar e conectar alunos, ex-alunos, investidores e mentores para gerar negócios	(3) Sedimentação
Incentivo e acompanhamento no processo de patentes e licenciamento	Comunicar o que é propriedade intelectual e a política da universidade para alunos e docentes	(1) Pré-institucionalização; (2) Semi-institucionalização
	Capacitar alunos e docentes sobre o leis e boas práticas internacionais de patente e licenciamento	(1) Pré-institucionalização; (2) Semi-institucionalização
	Capacitar Núcleos de Inovação Tecnológica (NITs) de Instituições de Pesquisa Científica e Tecnológica (ICTs) sobre leis e boas práticas de patente e licenciamento para	(3) Sedimentação
Capacitação e formação de profissionais para inovar e empreender	Priorização de projetos de parcerias que promovam a troca dos alunos com empresas que tragam desafios interessantes ao processo de desenvolvimento dos alunos de graduação	(1) Pré-institucionalização; (2) Semi-institucionalização; (3) Sedimentação
	Comunicar alunos e docentes quanto à importância do empreendedorismo, incentivando a inovação e a colaboração (cultura da inovação)	(2) Semi-institucionalização
	Capacitar alunos, ex-alunos e empreendedores da região quanto a práticas e modelos internacionais que ajudam na criação de produtos e serviços inovadores e venda da ideia a investidores (Lean Startup, Business Model Canvas, Design Thinking, Storytelling)	(2) Semi-institucionalização
	Premiação de alunos e professores pelas inovações	(2) Semi-institucionalização; (3) Sedimentação
Articulação de política e ações dirigidas para o desenvolvimento de Campinas e do país	Projetos com prefeituras e governo estadual	(1) Pré-institucionalização
	Consultoria no estabelecimento de Parques Tecnológicos no estado de São Paulo	(2) Semi-institucionalização; (3) Sedimentação
	Liderança na coordenação da Fortec	(2) Semi-institucionalização
	Benchmarking com o Reino Unido	(2) Semi-institucionalização
	Consolidação e adequação de metodologias de proteção e comercialização de tecnologias de NITs do estado de SP (PRO-NIT)	(3) Sedimentação
	Projeto com o FINEP InovaNIT para capacitar NITs de instituições brasileiras	(3) Sedimentação
	Coordenação da Rede de Propriedade Intelectual e Industrial na América Latina	(3) Sedimentação

Quadro 2 – Categorias e práticas e cada fase da institucionalização

Fonte: elaboração própria

A exploração do tema (etapa 2) encontra-se nos Apêndices. Nela foram definidas categorias (sistemas de codificação) por meio da identificação das unidades de registro e unidades de contexto nos Relatórios de Atividades da Inova Unicamp de 2004 a 2014.

4.1 AS FASES DA INSTITUCIONALIZAÇÃO

4.1.1 Fase de pré-institucionalização

A fase de pré-institucionalização do ecossistema de inovação, marcada pela criação de políticas e normas para resolver um determinado problema (ZUCKER, 1977), compreendeu-se entre os anos de 2004 e 2010, segundo a narrativa dos relatórios de atividades da Inova Unicamp. Nesse período, a agência descreveu em seus relatórios de atividades o mapeamento e a melhoria de processos de registro e manutenção da propriedade intelectual da universidade.

Nos quatro primeiros anos da Inova (2004, 2005, 2006 e 2007) as sessões de destaque dos relatórios de atividade referiam-se à padronização e melhoria na qualidade do processo de catalogação de patentes e comunicação entre a Inova e as escolas da Unicamp. Os indicadores de desempenho repetidos ano a ano eram: o do tempo, cada vez menor para a obtenção do pedido de patente; e o número de patentes, que subia ano a ano com uma melhoria na qualidade de proteção ao mercado, consequência da descrição com maior detalhe.

O Relatório de Atividades de 2004 destaca a qualidade técnica dos pedidos de patente:

Os pedidos de patentes formulados pelo Inova têm demonstrado um alto nível de qualidade de descrição e proteção de mercado, além de demonstrar maior cuidado nos quesitos básicos de cumprimento do patenteamento: novidade, atividade inventiva e aplicação industrial (INOVA UNICAMP, 2004, p. 4).

Chama também atenção para o aumento expressivo do número de patentes com a criação da Inova:

Em seis meses, entre janeiro e julho de 2004 a Agência realizou um número maior de licenciamentos do que em toda a história anterior da Unicamp. Nenhuma outra universidade brasileira conseguiu apresentar resultados próximos a estes (INOVA UNICAMP, 2004, p. 12).

Nos relatórios de 2004, 2005 e 2006 são destacados e detalhados os trabalhos de mapeamento, descrição e catalogação das patentes, e a criação e automatização do processo de comunicação entre pesquisadores e a Inova. As seguintes ações iniciais foram relatadas:

- mapeamento dos processos de registro e manutenção de propriedade intelectual - entre os benefícios relatados, destaca-se o aumento da eficiência (o tempo máximo de obtenção do pedido de patente passa a ser de 30 dias) e a padronização para facilitar o treinamento e manutenção da qualidade;
- trabalho de descrição da patente, atenta aos quesitos básicos de cumprimento do patenteamento: novidade, atividade inventiva e aplicação industrial;
- criação do Banco de Patentes: catalogação, acompanhamento, divulgação e licenciamento de patentes oriundas da Unicamp;
- esforço sistemático de proteção da propriedade intelectual e de promoção da apropriação eficiente de produtos do conhecimento gerado na Unicamp (Licenciamento);
- inclusão de um novo processo de comunicação de invenção: as comunicações devem ser encaminhadas pelos docentes e pesquisadores à Inova, que irá iniciar um processo de verificação e análise para definir se uma solicitação de patente ou outra forma de proteção de propriedade intelectual da universidade será efetivada;
- modernização do processo de gestão: criação de um banco eletrônico de patentes, um software criado pela Unicamp, para ajudar na organização e *follow-up* dos dados de PI.

Adicionalmente, os relatórios de atividades desse período associam a importância das patentes com a missão da Inova de transformar conhecimento em desenvolvimento social e econômico por meio da geração de valor a partir de respostas do mercado. É o caso da descrição da criação do PIT (Programa de Investigação Tecnológica), intitulado pelo Relatório de Atividades como um modelo para concretizar o que eles chamam de potencial de uso e geração de valor:

É um programa de apoio ao processo de comercialização de tecnologias, fornecendo informações valiosas tanto para o pesquisador como para o agente de parceria na busca das oportunidades de comercialização. Este programa se justifica na medida em que idéias geradas na universidade serão analisadas apropriadamente para verificar as possibilidades de incorporação deste conhecimento na sociedade e no mercado, através da criação de pequenas empresas ou licenciamento destas tecnologias em empresas já existentes. (INOVA UNICAMP, 2005, p. 25).

Nos seis primeiros anos da Inova Unicamp, além da geração de normas e mitos como o “modelo para concretizar a geração de valor”, as ações habituais ou comportamentos padrão (SCHUTZ, 1962, 1967) criados para resolver a aceleração do processo de patentes na Unicamp foram um esforço contínuo da Inova no sentido de guiar o comportamento dos líderes, docentes e alunos das Escolas da Unicamp com pesquisa potencial para patente.

Os processos para aumento do número de licenciamento, patente e comunicação da invenção (abaixo) foram temas de maior destaque na fase de pré-institucionalização, em termos de quantidade e detalhamento nos relatórios de atividades da Inova (2004 a 2008), o que reforça o enfoque dado a essa fase por Meyer e Rowan (1977): a pré-institucionalização é marcada pela habituação de comportamentos, que, no caso da Inova, é o de habituar a comunicação da invenção entre professores-pesquisadores e Inova com o objetivo final de aumentar o número de contratos de licenciamentos e patentes.

O relatório de atividades de 2006 reflete os resultados dos seus esforços de habituação na tabela a seguir:

Tabela 1 – A Inova Unicamp em números

Propriedade Intelectual	2004	2005	2006
Contratos de Licenciamento de Tecnologia Assinados	10	12	2
Contratos de Licenciamento de Tecnologia Vigentes	16	28	30
<i>Royalties</i> Recebidos pelos Contratos de Licenciamento	ND	R\$65.150,00	R\$ 213.705,15
Patentes Depositadas	51	65	55
Patentes Concedidas	03	01	01
Comunicações de Invenção	51	65	75

Programas de Computador Registrados	12	09	06
Editais de Licenciamento	ND	ND	03

Fonte: Relatório de Atividades da Inova (2006, p. 8)

Em 2004, uma função relatada da Inova era a de facilitar o licenciamento de patentes, deixando a cargo da universidade o trabalho de negociar os contratos de licenciamento.

Um dos desafios é facilitar as parcerias de iniciativa dos professores. A questão do licenciamento das patentes está especialmente inserida nesse âmbito. Como a propriedade da patente é da universidade, a Agência realiza esse trabalho sem a necessidade de que pesquisador despenda muito tempo com a negociação. Com isso é possível favorecer muitos pesquisadores que não estão familiarizados com a realização de contratos de licenciamento (INOVA UNICAMP, 2004, p. 9).

Em 2005, os esforços para a conexão entre alunos, pesquisa e mercado ficaram pautados em aumentar a capacidade de articulação das parcerias, enquadrado na categoria emergente “Promoção de parcerias para o fortalecimento dos alunos, pesquisa e inovação”. Observa-se a linguagem de incentivo à construção de uma rede ativa por meio de manuais e artefatos de comunicação para financiar pesquisas e articular parcerias.

As iniciativas relacionadas abaixo foram implantadas em 2005 para aperfeiçoar a capacidade da Inova Unicamp em articular parcerias:

- Levantamento e priorização dos setores de maior demanda: energia, TI (com foco em Lei de Informática), farmacêutico, alimentício, público e cultural (com foco na Lei Rouanet). Vários destes setores ainda não haviam sido explorados pela Unicamp.
- Redimensionamento e setorização da equipe, de modo que os setores de maior demanda passaram a ser atendidos por pessoas especialmente destacadas e com maior conhecimento da área.
- Reforço especial no setor público, através da realização do evento “Inova nos Municípios”, que aproximou Prefeituras e Unicamp.
- Acultramento da equipe de comercialização com relação às fontes de financiamentos e incentivos fiscais existentes, além da implementação de um mecanismo de acompanhamento contínuo dessas fontes.
- Elaboração do manual “Financiamentos, Apoio & Incentivos Fiscais”. Com o objetivo de facilitar a localização do financiamento aplicável a cada parceiro da Unicamp, a Inova Unicamp elaborou um manual contendo diversas fontes de financiamentos, públicos e privados e incentivos fiscais aplicáveis a cada setor da indústria.
- Criação do clipping de notícias, como objetivo de manter os agentes de

parceria informados sobre oportunidades, financiamentos públicos ou privados, tendências de mercado, políticas e PI, entre outros.” (INOVA UNICAMP, 2005, p. 18).

Das ações acima descritas, a recorrência de treinamentos e palestras para a transmissão do conhecimento da agência não se enquadra na teoria de Meyer e Rowan (1977), que aponta a fase de pré-institucionalização como uma fase de normatização e de criação de procedimentos. Os trechos a seguir apresentam algumas dessas narrativas:

O papel da Unicamp como instituição geradora de conhecimento científico e formadora de pessoal qualificado atraiu para seu entorno, nos últimos 35 anos, um complexo de outros centros de pesquisa vinculados ao governo federal ou estadual, além de um importante parque empresarial nas áreas de telecomunicações, de tecnologia da informação e da biotecnologia. Muitas empresas – quase uma centena somente na região de Campinas – nasceram da própria Unicamp, fruto da capacidade empreendedora de seus ex-alunos e professores” (INOVA UNICAMP, 2004, p. 4).

Em 2009, o esforço para compartilhar os padrões é concretizado em uma política de propriedade intelectual, tornando públicas as regras a todos os interessados e envolvidos com as atividades de proteção.

A Unicamp aprovou a Política Institucional de Propriedade Intelectual, em 24 de novembro de 2009, normatizando a atuação da universidade nessa área e tornando públicas, essas informações, a todos interessados e envolvidos com as atividades de proteção. A Inova Unicamp participou ativamente do processo de construção do documento e é o órgão responsável pela implementação da política interna. (INOVA UNICAMP, 2009, p. 38)

O primeiro mito criado na fase de pré-institucionalização foi o de que o sucesso da Inova Unicamp dependia da criação de elos de relacionamento internos (junto às escolas e aos pesquisadores) e externos à Unicamp (sociedade e empresas), pois ajudam na formação de profissionais com capacidade de provocar inovação tecnológica nas empresas. Essa perspectiva, reforçada no discurso do relatório de atividades e em uma série de atividades apoiadas pela Inova ao longo de seis anos (de 2004 a 2010), corrobora com a teoria de Meyer e Rowan (1977) de que a fase de pré-institucionalização corresponde à criação de normas e padrões.

O principal papel da universidade é formar profissionais que, uma vez na empresa, desenvolverão a inovação tecnológica. E para formar profissionais de qualidade é importante estabelecer parcerias, porque isso favorece a formação dos alunos. (INOVA UNICAMP, 2004, p. 9).

Com isso, de 2006 a 2008, a Inova apresenta em seus relatórios de atividades um esforço consciente de apresentar a articulação das competências dos Institutos da Unicamp e as necessidades do setor público e privado, o que tangibiliza sua capacidade de articular pesquisadores e Unidades de Ensino da Unicamp em seus quatro primeiros anos:

As equipes de Parcerias e Projetos Colaborativos, em conjunto com a de Contratos e Convênios da Agência, foram responsáveis por articular os licenciamentos desse sistema para duas empresas do segmento automotivo, que colocarão no mercado produtos diferenciados. (INOVA UNICAMP, 2008, p. 6)

O sucesso desta iniciativa colocou em relevo a capacidade da Inova, como órgão da Reitoria, de articular com 25 pesquisadores de 9 unidades de ensino e pesquisa da Unicamp. (INOVA UNICAMP, 2007, p. 8).

A capacidade de articular e concretizar parcerias entre universidade e instituições privadas e públicas foi destacada pelos primeiros relatórios da Inova (2004-2009), em ações e estruturas organizacionais da própria Inova que reforçam um padrão de ação para encontrar valor de mercado para as pesquisas da universidade. Unindo quem pesquisa a quem precisa utilizar os resultados no mercado, ganhando, de um lado, aplicabilidade com ganhos financeiros para as empresas e, de outro, rentabilidade para a universidade continuar investindo em pesquisa e infraestrutura e ganho em número de patentes.

Na fase de pré-institucionalização, destacam-se as seguintes ações no âmbito da criação de parcerias e construção de redes:

1. formalização do nome de equipes para parcerias: “Parcerias e Projetos Colaborativos” e “Contratos e Convênios”;
2. criação do Laboratório de Inovação em Biocombustíveis;
3. abertura do edital para captação de empresas, que, conforme relatado, é uma das ações para a construção de um Polo de Inovação na Unicamp. A ocupação do espaço da universidade por empresas cujo foco é a inovação nos mais diversos setores foi uma ação consciente que ajudou a constituir uma rede próxima de atores com interesse em inovação, o que, a longo prazo, veio a se transformar no ecossistema de inovação de Campinas. O discurso do relatório é norteado pela credibilidade e referência positiva do trabalho da Inova e da Unicamp, narrando o número de visitas de outras universidades e centros de pesquisa do Brasil e exterior;

4. integração do Comitê “Promovendo a Interação ICT-Empresa” da Anpei (Associação Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento das Empresas Inovadoras), que busca mapear e caracterizar as práticas de interação entre Institutos de Ciência e Tecnologia e as Empresas;
5. cooperação, com o Reino Unido, para mapear suas boas práticas, já que o Reino Unido ocupa liderança em produção mundial de artigos científicos e é referência internacional em inovação, sendo o sistema de inovação britânico composto por uma ampla rede de empresas, universidades, institutos de pesquisa e agências do governo que interagem entre si e desenvolvem e planejam políticas e estratégias para o setor;
6. coordenação científica da Rede de Propriedade Intelectual e Industrial na América Latina, cujo objetivo era modernizar as práticas de Gestão da Propriedade Intelectual em sistemas de educação superior em nível regional da América Latina a fim de fortalecer as colaborações universidade-indústria e contribuir para o desenvolvimento social e econômico;
7. criação da Política de Propriedade Intelectual da Unicamp, com informações sobre procedimentos para a proteção dos resultados da pesquisa na Universidade.

O indicador de maior destaque do ano de 2004 no Relatório de Atividades foi a formalização de contratos de convênios baseados em demanda, corroborando para a criação de conexões entre os elos entre a Unicamp e instituições públicas de diversos setores já estabelecidas no mercado. A narrativa do relatório enfoca a **formalização** de contratos de pesquisa, **sistematização** de acompanhamento, e divulgação de fontes de financiamentos e incentivos fiscais existentes. Foi criado um processo de acompanhamento de fontes de financiamento e incentivos fiscais e capacitação da equipe Inova Unicamp, além da elaboração de um manual sobre as diversas fontes de financiamentos públicos e privados e incentivos fiscais a cada indústria e parceiro da Unicamp. Por último, um clipping de notícias para as áreas interessadas na Unicamp tornarem-se cientes dos financiamentos.

No ano de 2004 a Inova Unicamp apoiou a negociação e formalização de 61 convênios ou contratos baseados em demandas... A tabela 6 lista os convênios e contratos de pesquisa assinados entre a Unicamp e empresas de diversos setores não incluídos os contratos de licenciamento, constantes da tabela 3. Observamos que em alguns casos pode existir mais de um contrato por empresa. (INOVA UNICAMP, 2004, p. 5)

A estrutura do campo institucional leva em conta como seus atores lidam com incertezas. Dessa forma, os elementos da estrutura formal – como a missão, o planejamento estratégico e o organograma – são manifestações das regras institucionais, moldadas por comportamentos sociais prevalecentes daquela realidade social (DIMAGGIO; e POWEL, 1983).

Observa-se, então, que, no primeiro planejamento estratégico da Inova Unicamp, desenvolvido em 2005, se apresentam seis objetivos estratégicos até 2008, com o foco no fortalecimento da interação dentro da universidade (pesquisadores, unidades e órgãos) e fora dela (parcerias com empresas), por meio da reestruturação de sistemas de informação e comunicação e da autossuficiência financeira, além do projeto futuro de consolidação do Parque Tecnológico de Campinas. A realidade social de aumento do número de patentes e a criação do Parque Tecnológico são refletidas no organograma da Inova Unicamp, que, nos seus três anos iniciais, teve Diretoria de Parques Tecnológicos e Programas de Incubadoras de Empresas de Base Tecnológica.

A primeira missão da Inova Unicamp também explicita o comportamento social de intensa interação entre Unicamp e sociedade, característica de campos institucionais em processo de consolidação, segundo DiMaggio e Powell (1982), no Relatório de Atividades de 2005:

Missão: Prospectar e articular novas oportunidades de relacionamento entre a Unicamp e a sociedade, ampliando as atividades em parceria com as unidades e órgãos da universidade.” (INOVA UNICAMP, 2005, p. 28).

A segunda linha de ação foi a criação de padrões para a segunda categoria identificada na pesquisa: “incentivos e acompanhamento no processo de patentes”.

De 2004 a 2007, a Inova apresenta-se como a agência responsável pela negociação e detalhamento da patente frente ao INPI (Instituto Nacional de Propriedade Intelectual) e desenvolvedora de contratos de licenciamento, já que o direito de patente é da universidade. Com isso, seus esforços centrais no âmbito de incentivo ao processo de patentes e licenciamento foram de descrição do processo de comunicação, catalogação, acompanhamento da patente e criação de políticas para depósito internacional. A medição da eficiência do processo resultou em projetos e investimentos de melhoria da velocidade dos processos, como a criação de um banco eletrônico de patentes.

Segundo Scott e Meyer (1991), as ações e práticas repetidas por uma determinada

organização levam o nome de **institucionalização**. As regras e normas das sociedades estruturam a criação e o desenvolvimento das institucionais.

O uso recorrente das palavras “políticas e procedimentos de patente” nos relatórios de atividades demonstra a ênfase dada pela Inova até 2009 para a normatização dos procedimentos de proteção a inovação na universidade. A partir desse mesmo ano, a transferência da inovação ao mercado (já protegida em patente) começa a surgir na narrativa da Inova e a ser cada vez mais recorrente nos anos subsequentes. Novas palavras surgem no Relatório de 2009, como os termos “cultura da inovação” e “valores de colaboração”, bem como projetos que fomentam a rede de relacionamento entre empresários e alunos. Um exemplo é o Encontro Unicamp Ventures, que, somente em sua quarta edição (2009), é incluído no Relatório de Atividades. Observa-se, então, que, a partir de 2009, inicia-se uma mudança no processo de institucionalização do campo, incentivada prioritariamente com a construção do Polo de Pesquisa e Inovação da Unicamp, intitulado como “estruturante” no relatório de atividades:

Polo de Pesquisa e Inovação da Unicamp: projetos estruturantes

O ano de 2009 foi de grande importância para a estruturação dos projetos que envolvem o Polo de Pesquisa e Inovação da Unicamp. Os três projetos que compõem o esforço inicial foram assinados com o Governo do Estado em dezembro de 2008 e estruturados em 2009: Construção da sede e da Incubadora, no valor de R\$ 5.218.220,00; Projeto Urbanístico, no valor de R\$ 416.090,61; e Projeto de Ciência, Tecnologia e Inovação da Região de Campinas; no valor de R\$ 643.750,00. (INOVA UNICAMP, 2009, p. 44)

A categoria “Capacitação e formação de profissionais para inovar e empreender” apresenta, inclusive, a criação de certificados sobre conteúdos de empreendedorismo durante o ano de 2010.

4.1.2 Fase de semi-institucionalização

O ano de 2009 foi um marco para a institucionalização do campo, pois foram iniciados dois projetos de cooperação internacional para mapear suas boas práticas e, a partir desse ano, os relatórios de atividades passaram a utilizar termos e jargões em inglês, típicos de sistemas internacionais de fomento à inovação empreendedora. A cooperação firmada com a Universidade de Cambridge no Reino Unido, referência internacional em inovação e com interação ativa no sistema de inovação britânico (composto por empresas, universidades, institutos de pesquisa e agências do governo), trouxe à Inova uma série de treinamentos e

eventos sobre o sistema de inovação britânico, que em seus relatórios de atividades foram chamados de "estratégicos".

Para conhecer melhor o sistema de inovação britânico e suas boas práticas, a Inova Unicamp estabeleceu em 2009 contato estratégico com o Consulado Britânico em São Paulo, que teve como resultados imediatos um convite para treinamento de colaboradores da Agência no Reino Unido e a realização do evento "The how of innovation through low carbon examples" na própria Unicamp". (INOVA UNICAMP, 2009, p. 33).

O segundo projeto de cooperação internacional consistia na coordenação científica da Rede de Propriedade Intelectual e Industrial na América Latina, cujo objetivo é modernizar as práticas de Gestão da Propriedade Intelectual em sistemas de educação superior em nível regional da América Latina a fim de fortalecer as colaborações universidade-indústria e contribuir para o desenvolvimento social e econômico – dando oportunidade à Inova de atuar na formação de um sistema de inovação no âmbito da América Latina. O diretor do projeto na Inova descreve o objetivo corroborando com essa visão:

Segundo Roberto Escarré, diretor do projeto PILA, o objetivo do projeto é promover a harmonização e modernização das práticas de Gestão da Propriedade Intelectual em sistemas de educação superior em nível regional da América Latina (AL), com vistas a fortalecer as colaborações universidade-indústria e contribuir para o desenvolvimento social e econômico. (INOVA UNICAMP, 2009, p. 35)

As duas parcerias internacionais, descritas no relatório, desdobraram-se em uma mudança de enfoque no relato das atividades da agência: inicialmente, a maior parte das páginas dos relatórios era para descrever as melhorias nos processos de comunicação e incentivo ao desenvolvimento de patentes da universidade. A partir de 2010, ações que já estavam sendo desenvolvidas desde 2005 ganharam maior destaque em termos de volume de conteúdo e desenho das páginas – é o caso da Inova Ventures e das ações da Inova no Sistema Nacional de Inovação.

A parceria do Reino Unido evoca termos como startups e ecossistema de inovação e desdobra-se em projetos até então não descritos, como o estímulo ao investimento anjo para startups. No relatório, as atividades do Unicamp Ventures passam a incorporar e adaptar termos e práticas da realidade inglesa à nossa, como é o caso da criação do Conselho das Startups da Unicamp Ventures e da Inova Semente, um Centro de Empreendedorismo dentro da Inova Unicamp para dar suporte a empreendimentos emergentes em novas tecnologias. O

termo “semente” vem do inglês, *seeds*, que sugere o capital investido em uma empresa durante seus estágios iniciais. Para a Inova Semente, foi criado um certificado de empreendedorismo tecnológico, fornecendo educação complementar a alunos da graduação com disciplinas de inovação e empreendedorismo, inspirado nas boas práticas das instituições inglesas.

Atuando como um “Centro de Empreendedorismo”, o projeto incentiva a fundação de novos empreendimentos e foi desenvolvido com o apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) em parceria com o GVcepe (Centro de Estudos em Private Equity e Venture Capital da Fundação Getulio Vargas), Instituto Endeavor, Instituto Insper, Secretaria de Desenvolvimento do Governo de São Paulo. (INOVA UNICAMP, 2010, p. 60)

A descrição das ações relativas aos processos de patente, tema saturado nos relatórios desde 2005, também sofre mudança em 2010. Com a aprovação do **ProjetoInova TT**, observa-se uma ênfase no licenciamento de tecnologias, e não somente na proteção da patente. Projetos de incentivo à criação de startups com o uso de tecnologias da Unicamp ganham espaço nas páginas do relatório de atividades de 2010. Os indicadores de destaque deixam de ser os números de patentes anuais, passando a ser complementados com o número de empresas criadas com tecnologias patenteadas pela Unicamp, destacando o aceleração no processo de inovação quando. O próprio título da sessão, no relatório de 2010, apresenta o projeto como um marco na transferência de tecnologias: “Inova TT – um novo patamar na transferência de tecnologia”.

O projeto teve como objetivo o aumento da eficácia, eficiência, efetividade e resultados dos processos e a adequação dos procedimentos de transferência de tecnologia (TT) para a **criação de startups** (explorar invenções e resultados de pesquisa, em especial as tecnologias protegidas) e de **aprimorar a capacidade de oferta e negociação de licenciamentos de tecnologias** da universidade, propriedade intelectual (PI) protegida da Unicamp, ou não, para empresas estabelecidas no mercado e entidades públicas e privadas.

A partir da coordenação da Rede de Propriedade Intelectual e Industrial na América Latina, observa-se que a Inova desperta para assumir, em seu discurso, o protagonismo no desenvolvimento da inovação de base tecnológica no país por meio dos NITs (Núcleos de Inovação Tecnológica). Para tanto, cita que, em 2010, a Inova priorizou ações para o fortalecimento do Sistema Nacional de Inovação descrito no relatório como “consolidação e adequação de metodologias de proteção e comercialização de tecnologias de NIT do estado de

São Paulo (chamado de PRO-NIT). Aliado a essa iniciativa de normatização, foi criado o INOVANIT, um projeto na Finep que visa a apoiar a cooperação capacitação de NITs.

Com o objetivo de aprimorar os processos de avaliação do potencial inovativo e da comercialização de tecnologias, a Agência de Inovação Inova Unicamp liderou a formação de uma rede de Núcleos de Inovação Tecnológica (NIT) de Instituições de Ciência e Tecnologia (ICT) do Estado de São Paulo... De acordo com os relatórios produzidos para a Finep, entre as ações do projeto estão o aprimoramento de processos de comercialização de tecnologia. Essa melhoria inclui desde a avaliação do potencial de inovação de uma tecnologia, até sua proteção e comercialização (INOVA UNICAMP, 2010, p. 56).

Desde 2005, são relatadas ações pontuais da Inova no apoio e articulação de políticas para o desenvolvimento da região de Campinas e do país. Algumas dessas iniciativas relatadas incluem: (i) criação de uma associação ou fórum dos gestores dos núcleos de inovação e similares de universidades e institutos de pesquisa de universidades brasileiras; (ii) elaboração do projeto do Parque Tecnológico de Campinas junto com o NESUR - Núcleo de Economia Social, Urbana e Regional, do Instituto de Economia da Unicamp, com apoio dos governos municipal, estadual e federal; (iii) participação de discussões técnicas, seminários; (iv) interação constantemente com o Sistema Paulista de Parques Tecnológicos, participação do Programa Inova Municípios com projetos colaborativos para o desenvolvimento de tecnologias sociais de inovação em áreas de interesse público; (v) criação da InovaNIT, convênio da Unicamp com o Finep para capacitação de pessoal de Núcleos de Inovação Tecnológica em Instituições de Ciência e Tecnologia (ICT).

Foi, porém, em 2010, ao coordenar a Rede de Propriedade Intelectual e Industrial na América Latina, que os relatórios destacaram e explicitaram o conhecimento acumulado pela Unicamp para a viabilização da implantação de Parques Tecnológicos, e se descreveram como referência para o desenvolvimento de outros parques, passando a ser consultados por outras regiões interessadas. O trecho a seguir relata a liderança da Inova, assumindo a racionalidade nas práticas e normas criadas por ela, e que acabam por definir as estruturas formais (MEYER; ROWAN, 1977) de novos domínios de atividades e códigos que outras organizações vão incorporar:

Durante o estudo, recolhemos dados que identificam as competências da região na geração de inovação e conhecimento. Possuímos profissionais qualificados e meios de qualificar a mão de obra necessária, além de polos científicos já desenvolvidos e universidades que são referência no Brasil e no mundo. “No entanto, precisamos aperfeiçoar a troca de informações e

experiências e fomentar o comprometimento entre os atores desse processo para que possamos alavancar o crescimento da região de maneira estruturada, com condições técnicas e ambientais para um crescimento ordenado e sustentável, levando à população da região condições para crescer num processo conjunto", afirmou Gurgel do Amaral. A pesquisa também apontou que as universidades são buscadas pelas empresas para desenvolver pesquisas em situações isoladas e não integram os pesquisadores em seu próprio ambiente. (INOVA UNICAMP, 2010, p. 44).

Corroborando com essa perspectiva, em 2010, o Diretor da Inova, Lotufo, destaca que os valores da equipe Inova, de prezar pela cooperação universidade-indústria, são os responsáveis para a ampliação do impacto na sociedade do ensino, pesquisa e extensão da Unicamp, favorecendo o desenvolvimento econômico e social do país. Assim, inicia-se a fase de semi-institucionalização, em que é atribuído valor simbólico às atividades do campo.

Os significados simbólicos criados para estimular a ação, típicos da fase de semi-institucionalização, emergem de comportamentos (MEYER; ROWAN, 1977) e tornam-se mitos racionalizados, definindo, com isso, as estruturas formais. A criação de significados na Inova ocorre com maior intensidade a partir de 2010, por meio do relato dos prêmios de reconhecimento daqueles que inovam na universidade: (i) **Prêmio Inova Unicamp de iniciação à inovação** de incentivo à iniciação científica para a Inovação para incentivar alunos de iniciação científica, (ii) **Prêmio Inventores** para valorizar e incentivar pesquisadores com propriedade intelectual, com o objetivo de estímulo à inovação entre a comunidade acadêmica, (iii) **Prêmio Inova Unicamp de iniciação à inovação** com premiação feita por área (biológica, exata e tecnológica) para as duas pesquisas consideradas com maior potencial inovativo. Apesar de terem sido criados entre 2008 e 2010, somente a partir de 2011 os prêmios de incentivo à inovação ganham destaque nos relatórios: todas as inovações premiadas passam a ser descritas e as fotos dos pesquisadores inventores passam a ser estampadas em página inteira do relatório. Tal ação mostra o amadurecimento do campo: o prêmio agrega valor simbólico positivo por meio do reconhecimento e incentivo daqueles que demonstram determinado comportamento (MEYER; ROWAN, 1977) incentivado por procedimentos na fase de pré-institucionalização.

Os seguintes comportamentos ganham significado simbólico para estimular a ação para a inovação na fase de semi-institucionalização da Inova: (i) premiações de incentivo aos inventores; (ii) colaboração e troca entre pesquisadores e alunos para a cooperação com empresas nos laboratórios; e (iii) encontros da comunidade acadêmica para estímulo à cultura da inovação.

Novos domínios de atividade surgiram, como o empreendedorismo de base tecnológica e técnicas e processos para o licenciamento de tecnologias e patente. Essas atividades foram codificadas em programas e técnicas: (i) cursos de empreendedorismo na graduação e workshops para startups, (ii) cursos de capacitação para NITs de Instituições de Ciência e Tecnologia (ICT) – que posteriormente viriam a incorporar esse pacote de códigos.

Anualmente, a Agência realiza junto a diversas unidades da Unicamp, no começo dos semestres dos cursos de graduação, a palestra intitulada “A importância da Propriedade Intelectual nas Atividades de Pesquisa e Inovação”, ministrada por analistas e especialistas em Propriedade Intelectual (PI) da Inova Unicamp. O objetivo do evento é ampliar a divulgação da Política de Propriedade Intelectual da Unicamp, bem como difundir informações práticas sobre os procedimentos para a proteção dos resultados da pesquisa na Universidade. (INOVA UNICAMP, 2010, p. 41).

O campo apresenta-se estruturado na medida em que uma nova prática é incorporada por outras organizações, por conta da legitimidade institucional (MEYER; ROWAN, 1977) que aquela prática tem ali. Observa-se, portanto, que, a partir de 2010, as organizações do ecossistema de inovação de Campinas (i) realizavam treinamentos especializados pela Inova, (ii) aplicavam uma metodologia de proteção e comercialização de tecnologias para as NITs do Estado de São Paulo e (iii) as prefeituras do Estado de São Paulo recebiam consultoria da Inova para instalar Parques Tecnológicos nas prefeituras de Limeira e Jundiaí (INOVA UNICAMP, 2010, p. 45).

A criação do Parque Científico da Unicamp, com o título “*PARQUE CIENTÍFICO DA UNICAMP: SUA INSTITUCIONALIZAÇÃO E O PROJETO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO DA REGIÃO DE CAMPINAS*” evidencia a importância dada à Inova no processo de formação do campo de inovação em Campinas:

O ano de 2010 coloca-se como marco nas ações estabelecidas à criação e institucionalização do Parque Científico da Unicamp (...)

O Parque Científico da Unicamp foi criado com a finalidade de ampliar a interação com os Sistemas Nacional e Regional de Ciência, Tecnologia e Inovação através da realização de pesquisa colaborativa e multidisciplinar, com organizações públicas e privadas, voltadas ao desenvolvimento científico e tecnológico e na promoção da inovação.

Um dos requisitos para que o Parque Científico da Unicamp seja credenciado no Sistema Paulista de Parques Tecnológico é a elaboração de um projeto de Ciência, Tecnologia e Inovação. Para isto, foi firmado um convênio entre a Unicamp e o Governo do Estado de São Paulo em dezembro de 2008. O projeto visa, entre seus objetivos, apoiar a definição das diretrizes estratégicas para a Região de Campinas e para seus Parques

Científicos e Tecnológicos. Os estudos realizados abordaram as características, potenciais e gargalos das empresas de base tecnológica e dos institutos de pesquisa. (INOVA UNICAMP, 2010, p. 43)

A realização de treinamentos sobre temas de especialidade da Inova para a rede de atores do campo reforça a tese de Meyer e Rowan (1977) de que o campo se apresenta estruturado à medida que práticas criadas são incorporadas por outras organizações:

SEMINÁRIO REALIZADO NO DIA 14 DE SETEMBRO DE 2010: O seminário, no dia 14 de setembro de 2010, reuniu autoridades e representantes de empresas, governo e instituições de ensino e de tecnologia para discutir o Projeto de Ciência, Tecnologia e Inovação” (INOVA UNICAMP, 2010, p. 44)

WORKSHOP REALIZADO NO DIA 21 DE SETEMBRO DE 2010
A ciência, a tecnologia e a inovação na região de Campinas também foram pauta para um workshop que reuniu, no dia 21 de setembro de 2010, convidados de universidades, organizações governamentais e empresas. O evento foi realizado no Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações (CPqD). O objetivo foi discutir três tópicos principais: Estratégias para a implantação e consolidação de Parques Científicos e Tecnológicos; Consolidação do Sistema Local de Inovação; Proposta de estruturação de uma Região do Conhecimento.

Esses relatos apresentam características de um campo institucional estabelecido, ou seja, estão estruturados por normas e uma rede interligada de instituições, e caracterizam-se por um comportamento mimético e homogêneo (DIMAGGIO; POWEL, 2005) sob a ótica de políticas públicas, organizações de classe profissional, treinamento especializado, etc.

4.1.3 Fase de sedimentação

O ecossistema de inovação de Campinas, objeto deste estudo, foi normatizado pela Unicamp por conta de uma agenda própria para espalhar práticas e ideias (DIMAGGIO; POWELL, 2005) por meio da valorização da cultura do empreendedorismo, da inovação, da interação universidade-empresa da propriedade intelectual, expondo em sua comunicação o valor e o pilar presentes na Inova desde a sua fundação: disseminar o conhecimento por meio da criação de empresas e, assim, desenvolver o país.

A fase de sedimentação é caracterizada pela difusão de práticas em um grupo (MEYER; ROWAN, 1977) e esse processo é identificado na narrativa dos relatórios de atividade da Inova com o uso do termo “disseminar a cultura da inovação, da propriedade

intelectual ou empreendedora”, que resume a difusão das práticas criadas e aplicadas pela Inova no sentido de incentivar a concepção de invenções na Unicamp, patentear, licenciar as inovações, incentivar a criação de empresas com tecnologia patenteada ou a aplicação dessas tecnologias em corporações já estabelecidas.

Em 2009, as atividades da Incubadora Incamp também passam a ser justificadas como um meio para o fortalecimento da “cultura de interação universidade-empresa”. No mesmo relatório, dentre as atribuições da Inova é apontada a “disseminação da cultura de propriedade intelectual”.

A Incubadora de Empresas de Base Tecnológica (Incamp) da Unicamp e a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) (...) A iniciativa buscou estimular, a partir de produtos, processos e serviços desenvolvidos pela Embrapa, a criação de novas micro e pequenas empresas com cunho inovador, colaborando para o desenvolvimento econômico e social do Estado de São Paulo e das cidades da região de Campinas e para a valorização e fortalecimento da cultura de interação universidade-empresa”. (INOVA UNICAMP, 2009, p. 9)

Em 2010, o convênio da Unicamp com a Prefeitura de Limeira para implantar o Parque Tecnológico de Limeira apresentou como um dos objetivos a disseminação da “cultura empreendedora”. No mesmo relatório, a descrição do projeto PRÓ-NIT, de apoio ao fortalecimento do Sistema Nacional de Inovação, aponta como critérios para a seleção dos projetos a serem apoiados, além do ineditismo, o nível de interação do pesquisador com a “cultura do empreendedorismo” e sua disponibilidade para futuros desenvolvimentos.

De 2011 a 2016, os prêmios de Proteção à Propriedade Intelectual e o Desafio Unicamp de Inovação Tecnológica apresentam-se como uma forma de celebrar o envolvimento e fomento da “cultura da propriedade intelectual e de inovação” por parte da Inova:

Acreditamos que os resultados marcantes da Inova Unicamp em seus diversos âmbitos de atuação são reflexos da qualidade do ensino e da pesquisa realizada na Universidade, aliados à disseminação da cultura de propriedade intelectual junto à comunidade acadêmica. (INOVA UNICAMP, 2012, p. 9).

A Inova Unicamp funcionou como um elemento estruturador do campo institucional formado por startups, em que um grande número de alunos foram incentivados por programas e disciplinas para tornarem-se empreendedores e também profissionais da região de Campinas. No relatório de 2012, pela primeira vez, é dado destaque ao tema “Educação

empreendedora na Unicamp”: um dos tópicos do relatório de atividades detalha as disciplinas com foco no empreendedorismo, bem como explica a criação do grupo de estudos para acompanhar o curso “How to build a startup”, de Steve Blank, oferecido gratuitamente pela Udacity.

A Inova Unicamp atua na formatação de modelos de capacitação em empreendedorismo com foco nos alunos da graduação e pós-graduação da Unicamp. Neste contexto, foram criadas as disciplinas de empreendedorismo, iniciativas que beneficiaram diretamente 399 alunos da Universidade em 2012. (INOVA UNICAMP, 2012, p. 58)

Os participantes assistiram aos vídeos de cada tópico e discutiram os progressos dos projetos participantes em encontros que aconteceram semanalmente às sextas-feiras. Ao todo, foram realizados 10 encontros semanais com uma média de 18 presentes. (INOVA UNICAMP, 2012, p. 59)

A Inova Unicamp começa a se posicionar como líder na formação de outras universidades brasileiras quanto às práticas de fomento de propriedade intelectual e transferência de tecnologia, o que é o caso do Projeto InovaNIT.

A Agência de Inovação Inova Unicamp foi responsável por um projeto pioneiro que resultou na realização de 49 cursos voltados para questões referentes à propriedade intelectual, transferência de tecnologia, interação universidade-empresa, empreendedorismo, institucionalização e gestão de núcleos de inovação tecnológica. Essas ações foram realizadas no âmbito do projeto InovaNIT, fortalecendo a atuação da universidade no Sistema Nacional de Inovação”. (INOVA UNICAMP, 2012, p. 72)

Além do reconhecimento internacional e aprendizado expressos no relatório de atividades de 2013, essa parceria trouxe alguns conceitos internacionais ao vocabulário e contexto de atuação da Inova, como cluster, ecossistema de inovação, comercialização de propriedade intelectual (e não patente) e colaboração, que, além de estar no nome de uma diretoria criada em 2013, foi expresso mais vezes se comparado aos demais anos.

O objetivo inicial do projeto foi criar uma parceria de longo prazo entre dois importantes clusters de inovação visando fortalecer a troca de experiências e de conhecimento. (INOVA UNICAMP, 2013, p. 53)

Ambos os projetos atuaram no desenvolvimento de cursos para professores e alunos, com o objetivo de disseminar novas práticas de educação para o empreendedorismo, estimulando a criatividade e colaboração nos alunos, além de explicar o processo de

comercialização e validação das tecnologias. Os cursos ministrados por professores e profissionais da Cambridge Enterprise foram: Faculty Entrepreneurship Course e Doctoral IP. Além disso, foi aplicado um workshop com a metodologia criada pela que visa estimular novos projetos de pesquisas em colaboração universidade-empresa. Chamada de “Workshop de Projetos Colaborativos”, essa iniciativa marca um novo valor incorporado à cultura da Inova: colaboração. Tal pilar passou a ser reiterado nas iniciativas descritas no relatório de atividades de 2013: (i) o layout das novas salas da parceria com a Samsung com objetivo de estímulo a colaboração e criatividade; (ii) programa Líder e Inovação Inova, que estimula a comunicação das novidades Inova junto aos institutos por meio de um professor para promover a colaboração; (iii) os treinamentos da Cambridge Enterprise para estimular a colaboração entre os alunos; (iv) a terceira edição do Desafio Unicamp de Inovação Tecnológica, cujo diferencial é o treinamento e mentoria (empresarial e acadêmica) realizados de maneira voluntária e colaborativa para estimular a criação de modelos de negócios de base tecnológica a partir da propriedade intelectual da Unicamp.

Em 2013, o relatório de atividades aponta como objetivo de suas iniciativas a “disseminação de novas práticas de comercialização de propriedade intelectual e empreendedorismo”, o que corrobora para a teoria de Meyer e Rowan (1977) de que a fase de sedimentação é marcada pela disseminação das práticas consolidadas no campo concreto.

As iniciativas realizadas em 2013 se concentraram em dois eixos principais: (1) na disseminação de novas práticas de comercialização de propriedade intelectual e empreendedorismo e (2) no desenvolvimento de programas para estimular a interação universidade-empresa. (INOVA UNICAMP, 2013, p. 53)

Os treinamentos de comercialização de propriedade intelectual e interação universidade-escola, frutos da parceria com a Cambridge Enterprise, trouxeram novos temas e palestrantes internacionais para as iniciativas da Unicamp em 2013, como o Workshop de Modelos de Negócios e Metodologias *Lean* e o Workshop Internacional de Empreendedorismo, ministrados para os participantes do Desafio de Inovação Tecnológica Unicamp 201. Como prêmio do desafio, foi concedida bolsa para o curso no exterior RedEmpreendia nos Empreendedores: aprendendo a empreender e curso de BlackBelt, pela EDTI. Nota-se, com essas iniciativas, a incorporação de técnicas internacionais ao repertório de boas práticas da Inova e a valorização da educação empreendedora ao ecossistema de inovação de Campinas e nacional.

... aconteceu o principal evento de capacitação, o Workshop de Geração de Modelo de Negócios e Metodologia Lean Startup. Outro evento de destaque em 2013 foi o Workshop Internacional de Empreendedorismo, ministrado por Stephen Fleming, vice-presidente e diretor executivo do Instituto de Inovação e Empreendedorismo (Enterprise Innovation Institute) da Georgia Tech, que aconteceu em maio. (INOVA UNICAMP, 2013, p. 47)

Em 2015, outros treinamentos começaram a ser realizados em parceria com o Sistema de Bibliotecas da Unicamp:

Com o intuito de reforçar a cultura de inovação dentro da universidade, a Inova Unicamp, em parceria com o SBU (Sistema de Bibliotecas da Unicamp), organizou ao longo de 2015 uma série de capacitações para a divulgação de ferramentas de busca e análise de patentes, disponíveis na Universidade. Foram abordadas tanto ferramentas públicas gratuitas – como as ferramentas do USPTO, o Espacenet e a ferramenta do INPI –, como ferramentas pagas: a Derwent Thompson Innovation, disponibilizada para a Unicamp sem custos via Capes, e a plataforma Questel Orbit, que por ser disponibilizada pela SBU para toda a Unicamp a partir de 2015 foi objeto de maior ênfase. (INOVA UNICAMP, 2015, p. 45)

No Relatório de Atividades de 2015, a disseminação da cultura da inovação foi colocada como uma atividade permanente para o público da universidade:

Esse é um trabalho permanente. Quanto mais disseminarmos essas informações, mais forte será a cultura de inovação e empreendedorismo dentro da Unicamp.” Milton Mori, diretor-executivo da Agência de Inovação Inova Unicamp (INOVA UNICAMP, 2015)

A Inova capacitou de uma rede empreendedora, envolvendo profissionais de outros estados brasileiros para a criação de negócios de base tecnológica ofertando mentoria como diferencial utilizando treinamento e mentoria como diferenciais para as equipes inscritas. Em sua terceira edição, contou com o financiamento do CNPq e CAPES, além do apoio de diversas empresas de atuação nacional e internacional, bem como associações, prefeitura e outros órgãos governamentais. Dessa forma, a terceira edição do Desafio Unicamp de Inovação Tecnológica expande suas fronteiras de atuação no âmbito da criação de um ecossistema de inovação. O apoio de diversos atores (empresas, associações e governo) ao Desafio de iniciativa da Inova evidencia o renome construído pela instituição – termo cunhado pela primeira vez no Relatório de 2013.

O Desafio Unicamp de Inovação Tecnológica é uma iniciativa da Agência de Inovação Inova Unicamp e em 2013 contou com o financiamento do CNPq e CAPES e apoio de diversas instituições, como as patrocinadoras

Cielo, EDTI, LD Soft, Banco do Brasil, Clarke, Modet & Co, Cristália e RedEmprendia e os apoiadores Anjos do Brasil, Associação Campinas Startups, Núcleo das Empresas Juniores, Fundo Pitanga, EPM Jr. Unifesp, Ciesp, Prefeitura Municipal de Campinas, Liga Empreendedora, Endeavor, Eureka, Sebrae e DikaJob. (INOVA UNICAMP, 2013, p. 47)

Em 2013, foi criada a diretoria de Parcerias e Projeto Colaborativos e outra diretoria chamada de Parque Científico e Tecnológico da Unicamp. A importância das parcerias e projetos colaborativos para a qualidade dos profissionais formados pela Unicamp e para a criação de laboratórios com a verba desses projetos foi institucionalizada por meio da criação de uma nova diretoria. De 2013 até 2016, os relatórios de atividade passam a ter uma sessão chamada de “Apoio a empresa Inovadora”, que mostra casos e iniciativas da Inova apoiando tanto empresas-filhas da Unicamp quanto empresas externas dispostas a investir em projetos ou tecnologias da universidade.

O principal papel da universidade é formar profissionais que, uma vez na empresa, desenvolverão a inovação tecnológica. E para formar profissionais de qualidade é importante estabelecer parcerias, porque isso favorece a formação dos alunos. (INOVA UNICAMP, 2013, p. 9)

A própria conquista das parcerias é atribuída à colaboração entre os diversos atores da universidade, à capacidade técnica do corpo docente nas áreas de interesse da empresa e ao apoio de programas governamentais.

O Centro de P&D da Lenovo será hospedado inicialmente no prédio do Centro de Inovação. A empresa deverá investir US\$ 100 milhões em P&D nos próximos cinco anos, o que constitui o maior aporte feito por uma empresa em projetos de parceria com a Unicamp (...) A Prefeitura de Campinas, a Fapesp e o Governo Estadual, por meio da Investe São Paulo, a Agência Paulista de Investimentos e Competitividade, também tiveram papel fundamental na tomada de decisão da empresa. Além da Inova e da reitoria, docentes do Instituto de Computação (IC) e da Faculdade de Engenharia Elétrica e Computação (FEEC) da Unicamp foram envolvidos desde o início da negociação com o intuito de demonstrar a capacidade técnica da universidade nas áreas de interesse da empresa. Alinhado ao programa TI Maior do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI), a parceria também trará recursos complementares para bolsas de pesquisa, de mestrado e doutorado no escopo da colaboração. (INOVA UNICAMP, 2013, p. 60)

A colaboração é expressa no Relatório de Atividades de 2013, tanto na descrição de projetos conjuntos entre escolas da Unicamp, Inova, empresas e governo, quanto na construção de ambientes físicos colaborativos. Dessa maneira, a disseminação de práticas na

fase de sedimentação (MEYER; ROWAN, 1977) estrutura-se também no apoio de espaços físicos institucionalizados para a troca de práticas consolidadas pela Inova Unicamp:

Empresas com projetos de pesquisa colaborativos com a Unicamp podem se instalar no Parque Científico de duas maneiras. A instalação pode se dar em uma área já construída ou por meio de construção de prédio próprio. Atualmente, há três prédios já construídos voltados para instalar os projetos de cooperação universidade-empresa no Parque: o Inovasoftware, o Centro de Inovação e Incubadora, e o Laboratório de Inovação em Biocombustíveis (LIB). No caso de construção de prédio próprio, a empresa é responsável pelos custos de construção e terá permissão de uso do prédio pelo período em que tiver projetos em parceria com a universidade. Taxas de ocupação e manutenção serão negociadas. (INOVA UNICAMP, 2013)

Além do termo “colaboração” ser mais utilizado no Relatório de 2013, palavras que antes não eram apresentadas passam a ganhar destaque, como criatividade. Ela é utilizada como principal objetivo da reforma do laboratório, já que, na visão da Inova Unicamp, é proveniente da troca de experiências e visões colaboram para a geração de novas tecnologias.

... Em agosto de 2013, a empresa reinaugurou o laboratório que está alocado no prédio do Inovasoftware, dentro da própria Unicamp, com o objetivo de estimular ainda mais a criatividade dos pesquisadores e estabelecer um ambiente agradável e confortável para a realização das pesquisas... (INOVA UNICAMP, 2013, p. 62)

O aumento da interatividade e pluralidade de atores atuando no campo institucional (Dimaggio, 1988) é apresentado na expansão da rede de mentores e empresas parceiras da Unicamp na disseminação das práticas da Inova para o ecossistema de startups Campinas. Assim como na teoria, nesta pesquisa identifica-se um conjunto de atores exercendo pressões uns aos outros e atuando na mesma atividade econômica (direta ou indiretamente): serviços e tecnologia.

Observa-se também que, a partir do Relatório de Atividades de 2012, foi dada ênfase maior à conexão entre os atores do ecossistema, do estímulo ao networking, seja entre alunos, ex-alunos, professores, ex-professores, incubadas, ex-incubadas e investidores. Encontra-se, então, a criação de mecanismos para mapear e institucionalizar estas relações, como o site “Empresas Filhas da Unicamp”.

O grupo de empresários ex-alunos da Unicamp – Unicamp Ventures – realizou no dia 4 de outubro de 2012 o VII Encontro Unicamp Ventures, que reuniu empresários, empreendedores, investidores e alunos interessados em empreendedorismo da região de Campinas. O evento ocorreu no Instituto

Eldorado e promoveu debates, palestras, mostrou cases de sucessos e possibilitou a troca de networking, conhecimento e experiência. P. 61

Em 2012, o Conselho de Startups – iniciativa do grupo Unicamp Ventures em parceria com a IVP (Inova Ventures Participações S/A) e a Inova – passou por um processo de reestruturação com o intuito de aumentar o número de empresas participantes na iniciativa, que tem por objetivo desenvolver e acelerar startups na região de Campinas... O conselho é formado por executivos e empreendedores de sucesso, que estarão focados na alavancagem do desempenho das empresas aconselhadas. Em 2012, 32 conselheiros auxiliaram um total de 28 startups. (INOVA UNICAMP, 2012, p. 61)

Em 2016, alguns eventos para o público externo corroboram para a visão teórica. Eventos promovidos pela Inova Unicamp, como a Inova Campinas, Fundação Fórum Campinas Inovadora, Rede Inova São Paulo, Rede Ibero Americana de empreendedorismo universitário sedimentam as práticas criadas pela instituição, iniciando o processo de isomorfismo:

Nos dias 20 e 21 de outubro, o Fórum reuniu os principais atores do ecossistema de inovação de Campinas. Palestras e debates acerca do desenvolvimento regional por meio da C,T&I, além da exposição de tecnologias de ponta consolidaram o InovaCampinas como o principal evento voltado para a promoção da inovação na Região Metropolitana de Campinas. (INOVA UNICAMP, 2016, p. 60)

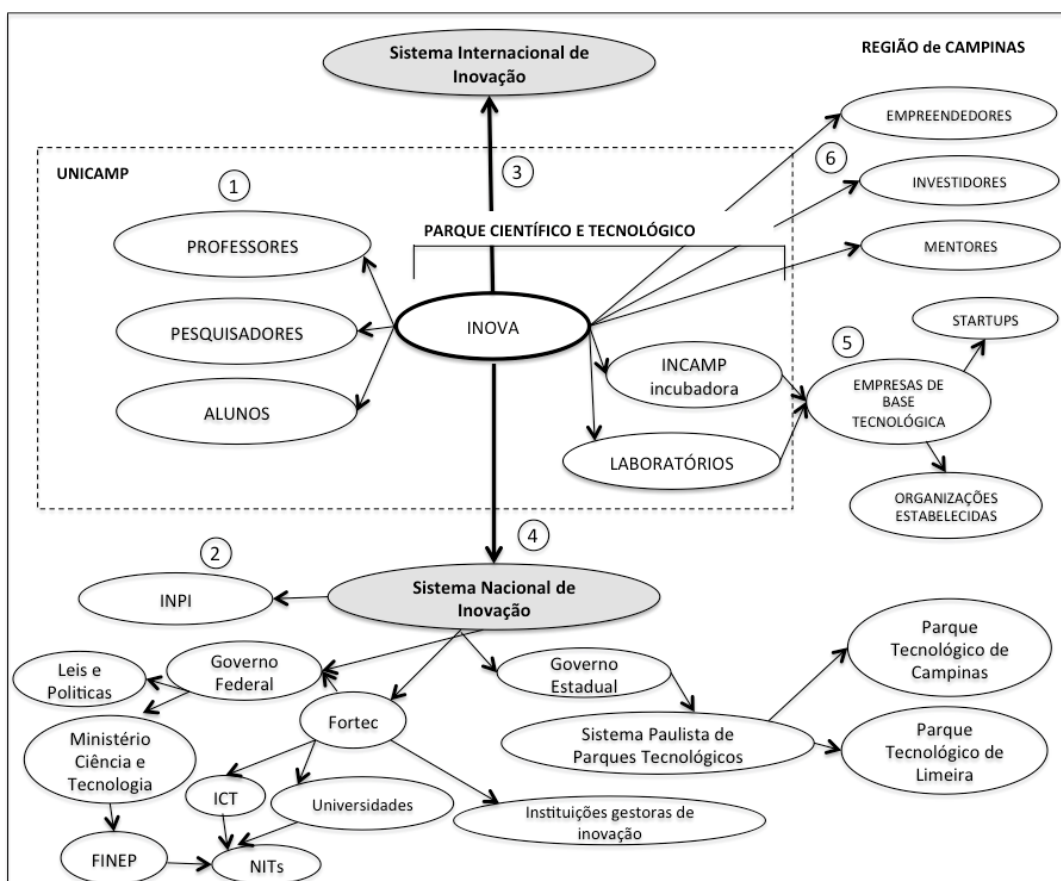
Participação ativa da Inova na Anpei e FIESP para estreitar o relacionamento com empresas para conhecer os focos de investimento tecnológico das empresas e na criação de políticas públicas para a inovação são outros temas abordados no relatório de atividades de 2016, e que influenciam o surgimento do isomorfismo – processo que força uma instituição a se assemelhar a outras que enfrentam o mesmo conjunto de condições ambientais (HAWLEY, 1968):

O bom relacionamento com o setor produtivo é um dos diferenciais da Inova Unicamp. A atenção às demandas e aos gargalos da indústria, no que tange inovação, favorece o estreitamento de laços entre o mercado e a universidade. Por isso mesmo, a presença assídua da Agência de Inovação no Conic (Conselho Superior de Inovação e Competitividade) da Fiesp (Federação das Indústrias do Estado de São Paulo) tem colaborado para a discussões de propostas para aprimorando de políticas públicas. (Relatório de Atividades Inova 2012, p. 61)

A centralidade do papel da Unicamp é positiva por ter um grande incentivo à inovação, mas, por outro lado, favorece o isomorfismo institucional. Segundo a visão de

Kanter (1972), as organizações também competem por poder político e legitimação institucional e muitas práticas institucionais não são focadas na eficiência operacional, mas na legitimidade que se pode alcançar com aquela iniciativa ou prática. Essa visão mostra como a política permeia a vida das organizações.

O quadro abaixo reflete a troca de informação e interação entre os atores envolvidos no campo organizacional já estabelecido.



Quadro 3 – Cadeia de Relacionamento Inova Unicamp

Fonte: Elaboração própria

Ao analisar a narrativa dos relatórios de atividade da agência de inovação Inova Unicamp identifica-se que dependendo da fase de formação do campo a Inova prioriza a interação com determinados atores do campo de inovação em formação. A numeração indicada no quadro “Cadeia de Relacionamento Inova Unicamp” demonstra cronologicamente a priorização, detalhada a seguir:

1 . Relacionamento com **professores, alunos e pesquisadores**: a formação de processos e normatização das práticas de patentes evidenciou a necessidade da Inova de comunicar sua

existência para os atores da universidade envolvidos no processo de criação de inovação, além de criar meios de incentivo para que o professor comunicasse suas inventividades. A interação com estes atores foi um dos principais temas dos relatórios de atividades correspondentes aos anos da fase de pré-institucionalização.

2. **Relacionamento com INPI (Instituto Nacional de Propriedade Intelectual):** nos primeiros anos de existência, a Inova Unicamp, identificada como fase de pré-institucionalização, relata-se a formação de equipes para o entendimento das regras e normas do registro de patente no INPI. A Inova descreve-se como um elo entre professores, pesquisadores e alunos com o INPI. Um órgão competente em acelerar o depósito de patentes de qualidade no INPI.

3. **Relacionamento com o Sistema Internacional de Inovação:** a agência inicia uma parceria com o governo britânico e a universidade de Cambridge para a troca de boas práticas em gestão de propriedade intelectual, tornando-se um marco no processo de institucionalização. A partir desta parceria a agência muda o enfoque de atuação e começa a assumir liderança nacional na institucionalização de práticas de gestão de propriedade intelectual, e passa a adotar práticas ligadas ao empreendedorismo internacional e termos em inglês.

4. **Relacionamento com o Sistema Nacional de Inovação:** após a parceria com o Reino Unido a Inova assume a criação de valor simbólico para o empreendedorismo dentro da universidade, incentivando a colaboração, criatividade e a “cultura da inovação” entre os alunos. O enfoque maior das atividades da Inova nos anos da fase de semi-institucionalização e sedimentação foi a liderança na formação de padrões estaduais de processos de criação de patentes e licenciamentos, na coordenação do Fortec, que estimulou a discussão de políticas públicas, capacitação de instituições nacionais e aproximação de empresas estabelecidas e com interesse na criação de parcerias e criação de laboratórios na universidade.

5. **Relacionamento com Empresas de Base Tecnológica:** a fase de sedimentação teve como enfoque a descrição da implementação de laboratórios de empresas estabelecidas que buscavam conhecimento científico para a resolução de seus desafios. Neste momento a Inova prioriza licenciar a inovação, já patenteada.

6. **Relacionamento com Alunos e Ex-alunos:** os relatórios de atividades de 2013 a 2016 demonstram a aproximação da Inova com sua rede de ex-alunos. A Inova torna-se plataforma de interação de alunos com este grupo de ex-alunos, representados na figura de empreendedores, investidores ou mentores. Desta forma, a interação entre estes dois grupos, ajuda a formar alunos empreendedores pois promove a cultura do empreendedorismo e incentiva os alunos a reconhecerem o sucesso da universidade com relatos de sucesso em

negócios e no reconhecimento social.

5 IMPLICAÇÕES DO ESTUDO

Contribuindo para o entendimento do processo de institucionalização do campo organizacional de empresas de serviços e tecnologia de Campinas – SP, o presente estudo visou identificar: *Qual foi o papel da Unicamp na criação e institucionalização do ecossistema de startups de Campinas?* O estudo dos relatórios de atividade da agência de inovação da Unicamp (Inova Unicamp) de 2004 a 2016 identificou a formação de um campo organizacional institucionalizado. A justificativa para a institucionalização está na formação de grupos que compartilham os mesmos valores e atuam diretamente no campo formado com a atuação de práticas desenvolvidas pela Inova Unicamp, como o Unicamp Ventures, o Inova Campinas, Fundação Fórum Campinas Inovadora e a Rede Inova São Paulo. Além destas iniciativas, a Unicamp disseminou práticas de comercialização de propriedade intelectual e empreendedorismo, o que caracteriza a fase de sedimentação do campo. Para isso, foram criados cursos de formação de profissionais atuantes em Núcleos de Inovação e instituições de ensino e certificado em empreendedorismo de base tecnológica para alunos de graduação da Unicamp, o que caracteriza a institucionalização de uma classe profissional: a de inventor e empreendedor.

Adicionalmente à resposta da pergunta norteadora do estudo, foi identificado o processo de formação de um campo organizacional a partir da liderança de uma universidade consciente do seu papel na formação da indústria. Com isso, observa-se a habituação do campo a partir da criação de uma série de processos planejados e executados pela agência de inovação Inova Unicamp, com o início do estímulo ao desenvolvimento de inovação e patentes em 2004; a objetificação do campo com a criação de valor simbólico para a inovação e empreendedorismo na Unicamp, contribuindo para a criação de um padrão de ação, de linguagem e significado entre os atores a partir de 2009; e, por fim, a sedimentação que ocorreu a partir de 2014, com a disseminação das práticas da Inova Unicamp por meio da criação de convênios, laboratórios, e eventos para a difusão da “cultura da inovação e empreendedora”.

Este estudo, portanto, abrange a descrição de práticas elaboradas e institucionalizadas pela agência de inovação da Unicamp na região de Campinas-SP que contribuíram na formação de uma rede e atores que criam e comercializam inovação de base tecnológica para o Brasil e para o mundo. O entendimento das estruturas que ajudaram a constituir uma universidade que mais produz patentes no Brasil, e das práticas que corroboraram para a transformação do conhecimento em valor para o mercado significam um caminho para

universidades que pretendem rever suas práticas no sentido de transformar em ativo o conhecimento gerado por alunos e professores.

A legitimação da profissão de “inventor” e do empreendedorismo é refletida na função social e organizacional que o estudo apresenta. Mas também evidencia uma necessidade de redesenho do percurso de formação profissional de alunos de graduação e pesquisadores. O presente trabalho demonstra como a universidade influencia corpo docente, discente e instituições privadas e públicas na formação de uma comunidade empreendedora para inovação tecnológica. E, se se observar o contexto internacional, encontram-se outros exemplos onde a universidade é fonte local de inovação e geração de empresas ou valor para as já estabelecidas.

Este trabalho apresenta um panorama das práticas de incentivo à inovação dentro do contexto universitário. Mas, por mais que se especifiquem processos, ferramentas, projetos, parcerias, comunicação e linguagem, muito se tem a aprofundar no estudo do campo da interação entre startups de Campinas: uma análise das práticas adotadas dentro destas organizações e de que maneira as práticas e processos criados pela Inova corroboram para a eficiência destas empresas.

As práticas de liderança universitária para incentivo à criação de valor ao mercado também é outro campo a ser estudado. Como estimular a criação de invenções que estejam aptas a serem patenteadas, licenciadas a outras empresas ou comercializadas por alunos aptos a empreender? Portanto, a compreensão dos padrões de ação de lideranças universitárias para a inovação é uma agenda futura de pesquisa.

REFERÊNCIAS

ADNER, R.; KAPOOR, R. Value creation in innovation ecosystems: How the structure of technological interdependence affects firm performance in new technology generations, **Strategic Management Journal**, Wiley-Blackwell, v. 31, ed. 3, p. 306-333, Mar. 2010.

AUTIO, Erko; THOMAS, Llewellyn D. C. Innovation Ecosystems: implications for innovations management. In: DODGSON, Mark; GANN, David M.; Phillips, Nelson (Eds.) **The Oxford handbook of innovation management**. Part III. The context for innovation, 11. Oxford University Press, 2014.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Trad. Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 2009.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp / Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.

BOURDIEU, Pierre. Sobre o poder simbólico. In: BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Trad. Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

CUSUMANO; GAWER. Industry Platforms and Ecosystem Innovation. *Journal of Product Innovation Management*. Volume 31, Issue 3, pages 417–433, May 2014

DIMAGGIO, Paul J.; POWELL, Walter W. The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. **American Sociological Review**, 1983.

DIMAGGIO, Paul J.; POWELL, Walter W. A gaiola de ferro revisitada: isomorfismo institucional e racionalidade coletiva nos campos organizacionais. **Revista de Administração de Empresas (RAE)**, v. 45, n. 2, p. 74-89, 2005.

FLIGSTEIN, Neil. Social skill and the theory of fields. **Sociological Theory**, v. 19, n. 2 p. 105–125, July 2001.

GEORGE, Gerard; MCGAHAN, M. Anita; PRABHU, J. Innovation for inclusive growth: towards a theoretical framework and a research. **Journal of Management Studies**, v. 49, n. 4, June 2012.

HWANG, Hokyung; POWELL, Walter. The rationalization of charity: the influences of professionalism in the nonprofit sector. **Administrative Science Quarterly**, n. 54, p. 268-298, June 2009.

HANNAN, Michael; John Freeman. The population ecology of organizations. **American Journal of Sociology**, v. 2, n. 82, p. 929-964, Mar. 1977.

HAWLEY, Amos. Human ecology. In: SILLS, David L. (Ed.) **International encyclopedia of the social sciences**, 328-37. New York: Macmillan, 1968.

INOVA UNICAMP. **Relatórios de atividades 2004 a 2016**. Disponível em: <<http://www.inova.unicamp.br/relatorio-de-atividades>>. Acesso em: 04 jun 2017.

KANTER, Rosabeth M. **Commitment and community: communes and utopias in sociological perspective**. Boston, MA: Harvard University Press, 1972 .

KAPOOR, Rahul.; LEE, Joon M.. Coordinating and competing in ecosystems: how organizational form shape new technological investments. **Strategic Management Journal**, v. 34, n. 3, p. 274-296, 2003.

KAPOOR, Rahul; LEE, J. Innovation ecosystems and the pace of substitution: re-examining technology S-curves. **Strategic Management Journal**, v. 37, .4, p. 625-648, Apr. 2016.

KAPOOR, Rahul.; LEE, J. Value creation in innovation ecosystems: how the structure of technological interdependence affects firm performance in new technology generations. **Strategic Management Journal**, v. 31, n. 3, p. 306-333, 2010.

LAUMANN, E.; GALASKIEWICZ, J.; MARSDEN, P. Community structure and interorganizational linkages. **Annual Review of Sociology**, v. 4, Aug. 1978.

LEIH, Sohvi.; TEECE, David. Campus Leadership and Entrepreneurial University: a dynamic capabilities perspective. **Academy of Management Perspectives** 2016, v. 30, n. 2, 182–210, 2016.

MACHADO-DA-SILVA, Clóvis L.; GUARIDO FILHO, Edson.; ROSONI, Lucano. Campos organizacionais: seis diferentes leituras e a perspectiva de estruturação. **Revista de Administração Contemporânea - RAC**, Curitiba, Edição Especial, p. 159-196, 2006.

MEYER; JEPPEPERSON. 2000 The ‘Actors’ of Modern Society: The Cultural Construction of Social Agency. *Sociological Theory*. Volume 18, Issue 1 Pages 1–172

MEYER, John; ROWAN, Brian. Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. **American Journal of Sociology**, v. 83, n. 2, p. 340-363, Sept 1977.

MINTZBERG, Henry; QUINN, James Brian. **O processo da estratégia**. Tradução James Sunderland Cook. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

POWELL, Walter.W.; DIMAGGIO, Paul J. **The new institutionalism in organizational analysis**. Chicago: University of Chicago Press, 1991.

ROSENBERG, Nathan; Nelson, Richard R. American universities and technical advance in industry. **Research Policy**, v. 23, n. 3, p. 323–348, 1994.

ROSSETTO, R. Carlos; ROSSETTO, M. Adriana. Teoria institucional e dependência de recursos na adaptação organizacional: uma visão complementar. **RAE-eletrônica**, v. 4, n. 1, Art. 7, jan./jul. 2005

SCOTT, W. Richard. **Institutions and organizations**. 2 ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2001.

SCOTT, W. Richard; MEYER, John W. The organization of societal sectors: propositions and early evidence. p. 108-142. In: POWELL, Walter W.; DIMAGGIO, Paul J. (Eds.) **The new institutionalism in organizational analysis**. Chicago: University of Chicago Press, 1991.

SCOTT, W. Richard; MEYER, John W. and associates. **Institutional environments and organizations**. Thousand Oaks, California: Sage, 1994.

SCHULTZ, Theodore O capital humano. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

SCHULTZ, Theodore. O valor econômico da educação. Rio de Janeiro: Zahar, 1962.

SELZNICK, Philip. **TVA and the grass roots: a study in the sociology of formal organization**. Berkeley, Calif. : Univ. of California Press, 1949.

TEECE, D. Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. **Strategic Management Journal**, v. 28, n. 13, p. 1319-1350, 2007.

TOLBERT, Pamela S.; ZUCKER, Lynne G. The institutionalization of institutional theory [Electronic version]. In: S. Clegg, C. Hardy and W. Nord (Eds.). **Handbook of organization studies** (p. 175-190). London: SAGE, 1996.

TRISTÃO, H.; OPRIME, P.; JUGEND, D.; SILVA, S. Innovation in industrial clusters: a survey of footwear companies in Brazil. **Journal of Technology Management and Innovation**, v. 8, n. 3, 2013.

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2005.

ZUCKER, Lynne. The role of institutionalization in cultural persistence. **American Sociological Review**, v. 42, n. 5, p. 726-743, 1977.

GLOSSÁRIO

PARQUE TECNOLÓGICO – Empreendimento destinado a abrigar empresas e/ou atividades de base tecnológica. Usualmente, os parques tecnológicos são implantados em áreas delimitadas, próximas à universidades e institutos de pesquisa, recebendo tratamento de alta qualidade urbanística. As empresas que se instalam nessas áreas podem aproveitar a capacidade científica e técnica dos pesquisadores das universidades e centros de pesquisa e utilizar laboratórios de pesquisa pura e aplicada presentes nessas instituições. Para as universidades, a existência de parques na proximidade estimula as atividades de ensino e pesquisa pelo incremento de parcerias com empresas e aumento do campo de atuação para os alunos (Relatório de atividades Inova Unicamp 2007 – p. 12).

PRE-INCUBAÇÃO – A Pré-incubadora de Empresas e Projetos é uma fase do programa de incubação na qual se encontram projetos ainda não totalmente maduros, em busca da modelagem mais adequada para o negócio e de uma conclusão mais apurada sobre a viabilidade técnica, mercadológica e financeira do projeto/solução em desenvolvimento (Inatel–Instituto Nacional de Telecomunicação <<http://www.inatel.br/empreendedorismo/pre-incubadora>>)

STARTUP – Um grupo de pessoas iniciando uma empresa, trabalhando com uma ideia diferente, escalável e em condições de extrema incerteza (Site do Sebrae – <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/o-que-e-uma-startup,616913074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD>).

APÊNDICES

APÊNDICE A – Análise de Conteúdo Relatório de Atividades Inova Unicamp 2004

RELATÓRIO DE ATIVIDADES DE 2004

LIDERANÇA UNIVERSIDADE	LIDERANÇA INOVA UNICAMP
Reitor: Carlos Henrique de Brito Cruz	Diretoria Executiva: Roberto de Alencar Lotufo
Pró-Reitoria de Pesquisa: Fernando Ferreira Costa	Diretoria de Propriedade Intelectual e Desenvolvimento de Parcerias: Rosana Ceron Di Giorgio
	Diretoria de Parques Tecnológicos e Programas de Incubadoras de Empresas de Base Tecnológica: Eduardo Grizendi

CATEGORIA 1 – PROMOÇÃO DE PARCERIAS PARA O FORTALECIMENTO DOS ALUNOS, PESQUISA E INOVAÇÃO

• O primeiro relatório de atividades já aponta como iniciativa estratégica para o sucesso da Inova Unicamp a criação de elos de relacionamento internos e externos à Unicamp pois ajudam a formar profissionais que promovam inovação tecnológicas nas empresas. Para isso, foi criado um processo apontado como estrutural à atuação da agência, que é composto por 4 frentes: Prospecção de iniciativas inovadoras, Sondagem das necessidades latentes do mercado, Disseminação dos conhecimentos gerados na Unicamp e Promoção por meio de iniciativas para utilização das competências e potenciais de inovação na Unicamp com a sociedade, por meio de parcerias ou intensificação de Pesquisa e Desenvolvimento com iniciativa privada.

“ O principal papel da universidade é formar profissionais que, uma vez na empresa, desenvolverão a inovação tecnológica. E para formar profissionais de qualidade é importante estabelecer parcerias, porque isso favorece a formação dos alunos.” P.9

“O desenvolvimento de interfaces e formas de relacionamento internas e externas a Unicamp, é um fator estratégico para o sucesso da Inova Unicamp como elo de dinamização e facilitação de inovações por meio de parcerias entre universidade e sociedade... a atuação estratégica da Inova Unicamp colocam em destaque quatro frentes de atuação que moldam sua organização e estrutura, bem como as correspondentes iniciativas e instrumentos eficazes de gestão. Estas frentes são:

- a. Prospecção: identificar eficazmente todas as fontes, potenciais fontes e iniciativas ligadas a C&T e Inovação na Unicamp*
- b. Sondagem: identificar necessidades latentes, oportunidades de mercado, demandas sociais e agentes facilitadores do processo de inovação no ambiente externo a Universidade*
- c. Disseminação: Criar as condições favoráveis para a aproximação eficiente dos produtos do conhecimento da Unicamp;*

d. Promoção: Proposição, negociação e desenvolvimento de iniciativas para estimular a apropriação social de competências e potenciais de inovação existentes na Unicamp, bem como a intensificação de atividades de P&D em parceria com a iniciativa privada.” P.12

- O relatório também apresenta a Diretoria de Parcerias e seus indicadores do ano de 2004, cuja a informação de maior destaque foi a formalização de contratos de convênios baseados em demanda, corroborando para a criação de conexões entre os elos entre Unicamp e instituições públicas de diversos setores já estabelecidas no mercado. Neste momento ainda não se observa o apoio de parcerias entre empresas nascentes e mercado ou investidores.

“No ano de 2004 a Inova Unicamp apoiou a negociação e formalização de 61 convênios ou contratos baseados em demandas. Outros 77 estavam em negociação até o mês de dezembro. A tabela 6 lista os convênios e contratos de pesquisa assinados entre a Unicamp e empresas de diversos setores não incluídos os contratos de licenciamento, constantes da tabela 3. Observamos que em alguns casos pode existir mais de um contrato por empresa.”

CATEGORIA 2 –INCENTIVO E ACOMPANHAMENTO NO PROCESSO DE PATENTES

- Na visão da Inova Unicamp, o incentivo e acompanhamento no processo de patentes da Unicamp tem melhorado a quantidade de patentes e qualidade de descrição e proteção de mercado. Mas elenca como maior desafio facilitar parcerias de iniciativas de professores pesquisadores que não estão familiarizados com a realização de contrato de licenciamento, assim, a agência realiza o trabalho de negociação e desenvolvimento de contratos.

“... Em relação propriedade intelectual a Unicamp é a universidade brasileira com o maior número de patentes....”p. 4

“Um dos desafios é facilitar as parcerias de iniciativa dos professores. A questão do licenciamento das patentes está especialmente inserida nesse âmbito. Como a propriedade da patente é da universidade, a Agência realiza esse trabalho sem a necessidade de que pesquisador despenda muito tempo com a negociação. Com isso é possível favorecer muitos pesquisadores que não estão familiarizados com a realização de contratos de licenciamento”. P.9

“Os pedidos de patentes formulados pelo Inova têm demonstrado um alto nível de qualidade de descrição e proteção de mercado, além de demonstrar maior cuidado nos quesitos básicos de cumprimento do patenteamento: novidade, atividade inventiva e aplicação industrial” p.49

“Dentre as iniciativas e instrumentos de atuação correspondentes a estas frentes devem ser destacados:

- a. Banco de Patentes: ação continua de catalogação, acompanhamento, divulgação e licenciamento de patentes oriundas da Unicamp*
- b. Licenciamento: esforço sistemático de proteção da propriedade intelectual e de promoção da apropriação eficiente de produtos do conhecimento gerado na Unicamp”. P. 12*

“A Inova Unicamp obteve um desempenho muito significativo em 2004... Em seis meses, entre janeiro e julho de 2004 a Agência realizou um número maior de licenciamentos do

que em toda a história anterior da Unicamp. Nenhuma outra universidade brasileira conseguiu apresentar resultados próximos a estes." p. 12

CATEGORIA 3 – CAPACITAÇÃO E FORMAÇÃO DE PROFISSIONAIS PARA INOVAR EMPREENDER

- O relatório de atividades de 2004 aponta uma correlação direta da formação de profissionais com capacidade inovadora e o impacto no número de inovações tecnológicas posteriores na indústria.

"muitas dessas empresas -quase uma centena somente na região de Campinas - nasceram da própria Unicamp, fruto da capacidade empreendedora de seus ex-alunos e professores". P. 5

"O principal papel da universidade é formar profissionais que, uma vez na empresa, desenvolverão inovação tecnológica." p. 9

"Workshops de Parceria: iniciativa permanente de relacionamento e identificação de interesses e oportunidades de parceria e trabalho entre Universidade e outras organizações públicas ou privadas" . p. 13

CATEGORIA 4 – ARTICULAÇÃO DE POLÍTICAS E AÇÕES DIRIGIDAS PARA DESENVOLVIMENTO DE CAMPINAS E DO PAIS

Não há

APÊNDICE B – Análise de Conteúdo Relatório de Atividades Inova Unicamp 2005

RELATÓRIO DE ATIVIDADES DE 2005

LIDERANÇA UNIVERSIDADE	LIDERANÇA INOVA UNICAMP
Reitor: Jorge Tadeu Jorge	Diretoria Executiva: Roberto de Alencar Lotufo
Pró-Reitoria de Pesquisa: Daniel Pereira	Diretoria de Propriedade Intelectual e Desenvolvimento de Parcerias: Rosana Ceron Di Giorgio
	Diretoria de Parques Tecnológicos e Programas de Incubadoras de Empresas de Base Tecnológica: Eduardo Grizendi

CATEGORIA 1 – PROMOÇÃO DE PARCERIAS PARA O FORTALECIMENTO DOS ALUNOS, PESQUISA E INOVAÇÃO

• No ano de 2005 os esforços para a conexão de alunos, pesquisa e o mercado ficaram pautados em aumentar a capacidade de articulação das parcerias por meio da priorização de setores com maior demanda (que não haviam sido explorados antes), combinado com a setorização e dedicação de equipe especializada da Inova Unicamp para estes setores. Observa-se uma dedicação maior na sistematização de acompanhamento e divulgação de fontes de financiamentos e incentivos fiscais existentes. Foi criado um processo de acompanhamento e capacitação da equipe Inova Unicamp e elaborado um manual sobre as diversas fontes de financiamentos públicos e privados e incentivos fiscais a cada indústria e parceiro da Unicamp. E por ultimo um clipping de noticias para as áreas interessadas na Unicamp tornarem-se cientes dos financiamentos.

“As iniciativas relacionadas abaixo foram implantadas em 2005 para aperfeiçoar a capacidade da Inova Unicamp em articular parcerias:

- *Levantamento e priorização dos setores de maior demanda: energia, TI (com foco em Lei de Informática), farmacêutico, alimentício, público e cultural (com foco na Lei Rouanet). Vários destes setores ainda não haviam sido explorados pela Unicamp.*
- *Redimensionamento e setorização da equipe, de modo que os setores de maior demanda passaram a ser atendidos por pessoas especialmente destacadas e com maior conhecimento da área.*
- *Reforço especial no setor público, através da realização do evento “Inova nos Municípios”, que aproximou Prefeituras e Unicamp.*
- *Aculturamento da equipe de comercialização com relação às fontes de financiamentos e*

incentivos fiscais existentes, além da implementação de um mecanismo de acompanhamento contínuo dessas fontes.

- *Elaboração do manual “Financiamentos, Apoio & Incentivos Fiscais”. Com o objetivo de facilitar a localização do financiamento aplicável a cada parceiro da Unicamp, a Inova Unicamp elaborou um manual contendo diversas fontes de financiamentos, públicos e privados e incentivos fiscais aplicáveis a cada setor da indústria.*

- *Criação do clipping de notícias, como objetivo de manter os agentes de parceria informados sobre oportunidades, financiamentos públicos ou privados, tendências de mercado, políticas e PI, entre outros.*

- A ajuda da Inova Unicamp na criação de uma associação ou fórum dos gestores dos núcleos de inovação e similares de universidades e institutos de pesquisa representa um início na institucionalização da agência inova como líder e articuladora da inovação e transferência de tecnologia.

“... Ajuda na articulação para a criação de uma associação ou fórum dos gestores dos núcleos de inovação e similares de universidades e institutos de pesquisa. Existe um movimento nacional de diversas lideranças e a Inova Unicamp teve papel importante no apoio a este grupo. Espera-se, para 2006, a criação de um fórum dos gestores de inovação e transferência de tecnologia seja criado..” P.12

- A Diretoria de Propriedade Intelectual e Parcerias cria sua missão e visão, o que representa um pilar importante no posicionamento da agência como uma grande articuladora no ecossistema Unicamp-Empresas.

“Missão

“Prospectar e articular novas oportunidades de relacionamento entre a Unicamp e a sociedade, ampliando as atividades em parceria com as unidades e órgãos da universidade.”

Visão

“Ser o fomentador da maioria das novas parcerias efetivadas com a Unicamp, contribuindo para a auto-sustentabilidade da Inova”. P. 28

- O primeiro planejamento estratégico da Inova Unicamp foi desenvolvido em 2005, e os 6 objetivos estratégicos de 2005 a 2008 são elencados no relatório de atividades do mesmo ano. Nele é possível observar que a metade dos objetivos explicita a intenção de se fortalecer a interação dentro da universidade (pesquisadores, unidades e órgãos) e fora dela (parcerias com empresas) por meio da reestruturação de sistemas de informação e comunicação externa e interna, bem como adequação de recursos e infra-estrutura.

“Os sete objetivos estratégicos da agência, listados abaixo, direcionaram e integraram diversos projetos, atividades e esforços de melhoria, desenvolvidos ao longo de 2005:

1. *Ser referência nacional na articulação de parcerias*
2. *Aprimorar a gestão da propriedade intelectual*
3. *Fortalecer e expandir ações para desenvolver EBTs (empresas de base tecnológica), incubadoras e parques tecnológicos.*

4. *Tornar a Inova Unicamp auto-sustentável em 2008.*
5. *Aumentar reconhecimento na Unicamp: aperfeiçoar a interação com pesquisadores, unidades e órgãos.*
6. *Reestruturar os sistemas de informação e de comunicação externa e interna*
7. *Rever, adequar e otimizar os recursos e infra-estrutura da Agência.” P. 28*

- Articulação de ações para consolidar o Parque Tecnológico de Campinas.

“Com a intenção de facilitar a concretização de parcerias de projetos da Unicamp com as empresas de TIC, a Inova Unicamp iniciou a estruturação da Inovasoftware – Centro de Inovação em Software... Este centro abrigará ambientes de projetos com empresas, de pré-incubação em software e de incubação de empresas... O Parque Tecnológico de Campinas ganhou força e consistência em 2005. O projeto foi elaborado pelo NESUR - Núcleo de Economia Social, Urbana e Regional, do Instituto de Economia da Unicamp e Inova Unicamp... com apoio dos governos municipal, estadual e federal. A aproximação da Inova Unicamp com o CIATEC - Companhia de Desenvolvimento do Pólo de Alta Tecnologia de Campinas e com a Prefeitura Municipal de Campinas trouxe para o projeto a expectativa de sua real concretização, integrando-o aos planos de governo municipal. Ao longo de 2005, a equipe da Inova trabalhou junto ao Sistema Paulista de Parques Tecnológicos para definir Tecnologias de Informação e Comunicação como principal bandeira do Parque de Campinas”. P. 21

- Criação de workshops onde empresas expõem suas necessidades e expectativas de cooperação e os docentes por outro lado apresentam propostas de parcerias

“organização de workshops de parceria dedicados a cada empresa ou organização interessada, para exposição de suas expectativas de cooperação e apresentação de propostas específicas de docentes e pesquisadores da Unicamp interessados em atuar nessas parcerias”. P. 29

CATEGORIA 2 –INCENTIVO E ACOMPANHAMENTO NO PROCESSO DE PATENTES

- Em 2005 foi iniciado o mapeamento dos processos de registro e manutenção de Propriedade Intelectual, os benefícios relatados destaca-se o aumento da eficiência (tempo máximo de obtenção do pedido de patente passa a ser de 30 dias) e padronização para facilitar o treinamento e manutenção da qualidade.

“... O mapeamento dos processos-chaves da Inova Unicamp foi iniciado em 2005, como parte da implantação do programa de qualidade e gestão estratégica da Agência. Foram concluídos em 2005 os mapeamentos dos processos de gerenciamento da propriedade intelectual da Unicamp e de organização e realização de Workshops de Parceria. ...” P. 26

- Em 2005 a padronização de documentos para elaboração de pedido de patentes, bem como a discussão e melhoria dos mesmos foi tema recorrente nas atividades.

“...Todos os textos e roteiros de registro da PI foram simplificados e disponibilizados na página, o que difunde o padrão de elaboração dos pedidos de patente da Unicamp.

- Instituição do comitê interno de avaliação comercial integrado pelos profissionais da Inova Unicamp de diferentes áreas de conhecimento. Semanalmente, esse comitê se reúne com objetivo de avaliar o potencial comercial das tecnologias e discutir a novidade e abrangência de cada invento proposto para patenteamento.

- *Elaboração da primeira versão do documento Proposta de Política de Propriedade Intelectual para a Unicamp, apresentado ao Reitor, ao Coordenador Geral e aos Pró-Reitores como subsídio para proposta a ser encaminhada ao Conselho Universitário.*” P. 17

- Criação do PIT (Programa de Investigação Tecnológica), intitulado pelo relatório de atividades como um modelo para fomentar a cultura de inovação na universidade para incentivar a transformação do conhecimento em desenvolvimento social e econômico através da busca de respostas objetivas para as questões de mercado, concretizando o que eles chamam de potencial de uso e geração de valor.

“É um programa de apoio ao processo de comercialização de tecnologias, fornecendo informações valiosas tanto para o pesquisador como para o agente de parceria na busca das oportunidades de comercialização. Este programa se justifica na medida em que idéias geradas na universidade serão analisadas apropriadamente para verificar as possibilidades de incorporação deste conhecimento na sociedade e no mercado, através da criação de pequenas empresas ou licenciamento destas tecnologias em empresas já existentes.” P. 25

CATEGORIA 3 – CAPACITAÇÃO e FORMAÇÃO DE PROFISSIONAIS PARA INOVAR E EMPREENDER

Não há

CATEGORIA 4 – ARTICULAÇÃO DE POLÍTICAS E AÇÕES DIRIGIDAS PARA DESENVOLVIMENTO DE CAMPINAS E DO PAIS

- A intenção da Inova Unicamp de articulação de políticas para o desenvolvimento da região de Campinas torna-se consistente em 2005, com ações de desenvolvimento do Parque Tecnológico.

"Neste nível, a atuação da Inova Unicamp tem como foco estratégico a implantação e o desenvolvimento do Parque Tecnológico de Campinas, no âmbito da política estadual que estabeleceu Campinas como núcleo de um dos cinco pólos regionais de desenvolvimento científico e tecnológico e de inovação do Estado de São Paulo". P. 23

"A Inova Unicamp, dentro das competências que lhe foram formalmente atribuídas pela universidade, integra diretamente ou participa de iniciativas e de instituições locais voltadas para o desenvolvimento econômico, científico e tecnológico de Campinas e da RMC. Dentre estas devem ser destacadas:

- a) Companhia de Desenvolvimento do Pólo Tecnológico de Campinas (CIATEC), empresa municipal de economia mista da Prefeitura de Campinas dedicada ao desenvolvimento e gerenciamento de parques tecnológicos e incubadoras de empresas, da qual a Unicamp é acionista; a relação da Unicamp com a CIATEC é presentemente coordenada pelo Diretor de Parques Tecnológicos e Incubadoras da Inova Unicamp;*
- b) Fundação Fórum Campinas, fundação privada criada a partir de uma iniciativa da Uni-*

camp e integrada por esta e outros dez dos principais institutos de pesquisa e desenvolvimento da região de Campinas, com a missão de discutir e coordenar ações capazes de promover, ampliar e intensificar a utilização de Ciência, Tecnologia e Inovação como meio para potencializar o desenvolvimento sócio-econômico, regional e esse ponto de vista que pauta a atuação nacional. A Diretoria Executiva da Fundação e ocupada pelo Relações Institucionais da Inova Unicamp, de forma não remunerada e em tempo parcial, conforme estabelecido através de um convênio de cooperação;

*c) **Comitê Estratégico de P&D em Tecnologia**, uma iniciativa da American Chamber de Campinas (AmCham), integrado pelos executivos de P&D de empresas de TIC e dirigentes de instituições de C&T instaladas na RMC. O Comitê reúne-se regularmente para discutir e propor iniciativas de competitividade e inserção internacional da capacitação local em TIC. o Diretor Executivo da Inova Unicamp é o representante da universidade neste Comitê". P. 23*

"... ações da Inova Unicamp consolidaram o perfil do Parque Tecnológico de Campinas perante o Sistema Paulista de Parques Tecnológicos como um parque pre- dominantemente voltado para a área de tecnologia da informação (TIC). Com isso, a cidade de Campinas entrou definitivamente como opção de primeira linha para a localização e desenvolvimento de empresas de base tecnológica, principalmente TIC." P.24

APÊNDICE C – Análise de Conteúdo Relatório de Atividades Inova Unicamp 2006

RELATÓRIO DE ATIVIDADES DE 2006

LIDERANÇA UNIVERSIDADE	LIDERANÇA INOVA UNICAMP
Reitor: José Tadeu Jorge	Diretoria Executiva: Roberto de Alencar Lotufo
Pró-Reitoria de Pesquisa: Daniel Pereira	Diretoria de Propriedade Intelectual e Desenvolvimento de Parcerias: Rosana Ceron Di Giorgio
	Diretoria de Parques Tecnológicos e Programas de Incubadoras de Empresas de Base Tecnológica: Eduardo Grizendi

CATEGORIA 1 – PROMOÇÃO DE PARCERIAS PARA O FORTALECIMENTO DOS ALUNOS, PESQUISA E INOVAÇÃO

- Há um destaque ao aumento no volume de projetos com a universidade, principalmente com negócios realizados com a Prefeitura.

“... entre a Unicamp e empresas ou órgãos de governo, a Inova Unicamp apoiou a busca e negociação, bem como a tramitação e assinatura de 75 instrumentos jurídicos, correspondentes a projetos, totalizando um valor de R\$ 11,6 milhões. Este índice demonstra o aumento dos valores de projetos de pesquisa contratados em relação aos anos anteriores.” P. 7

- O aumento do relacionamento institucional do Inova com a comunidade foi destacado como crescente, exemplificando com número de visitas de outras universidades e centros de pesquisa do Brasil e exterior, o que formaliza a credibilidade e referência positiva do trabalho da Inova e da Unicamp.

“Nas atividades de estímulo a criação e crescimento de empresas de base tecnológica, uma empresa foi graduada neste período e quatro novas empresas foram selecionadas para ingressar na incubadora da Unicamp, totalizando 12 empresas incubadas em 2006.” P. 7

- Observa-se um esforço da agência de inovação em viabilizar contratos que gerem receitas à universidade. Um esforço constante de encontrar valor de mercado para as pesquisas da universidade, unindo quem pesquisa a quem precisa utilizar os resultados no mercado, ganhando de um lado aplicabilidade com ganhos financeiros para as empresas e de outro rentabilidade para a universidade continuar investindo em pesquisa e infra-estrutura. A diversidade de setores envolvidos com foco na inovação compõe um mix interessante para o Parque Tecnológico da Unicamp, no caso do ano de 2006 foi destaque o Setor Público, Farmacêutico, Automotivo e Produção de extratos vegetais.

“O ano de 2006 registrou um total de R\$ 11.610.390,14 em contratos assinados com o apoio da Inova Unicamp, aproximadamente R\$2,5 milhões a mais do que em 2005... Um ponto importante a ser observado é que seis projetos de destaque resultaram em contratos correspondentes a 79% do valor total de contratos assinados. São eles:

- *Setor público: Harpia, Conexão Saber, Arquitetura Integrada para Cadastros e Sistemas de Gestão;*
- *Setor farmacêutico: desenvolvimento de fármaco para diabetes tipo 2;*
- *Setor automotivo: eletrônica de comunicação embarcada;*
- *Produção de extratos vegetais: processos de obtenção de extratos concentrados de plantas para aplicações diversas, como fitoterápicos, cosméticos e alimentos.” P. 16*

- Ao detalhar o escopo dos projetos, o relatório deixa claro que os projetos só foram concretizados graças a articulação entre as competências dos Institutos da Unicamp e as necessidades do setor público e privado. A natureza dos projetos é diversa, desde desenvolvimento de produtos até treinamento.

“a) Projeto Conexão do Saber

Projeto de inclusão digital desenvolvido pelo LaRCom (Laboratório de Redes de Comunicações) da Faculdade de Engenharia Elétrica e de Computação FEEC, que “caracterizado por uma rede de comunicação interligando as escolas e por um conjunto de soluções, sendo acompanhado de um processo de qualificação profissional de técnicos e professores...”

b) Projeto Harpia

Trata-se de uma parceria entre Unicamp, ITA e Receita Federal para o desenvolvimento de uma plataforma integrada de Engenharia de Software para apoiar a Receita Federal em suas mais diversas atividades de fiscalização e gestão fiscal. O programa, que utiliza recursos de inteligência artificial (IA), ajudará os técnicos da Receita Federal na tomada de decisão, dada sua capacidade de selecionar com maior precisão, a partir do cruzamento de informações...” P.16

CATEGORIA 2 –INCENTIVO E ACOMPANHAMENTO NO PROCESSO DE PATENTES

- Em 3 anos de existência, a agência Inova comemora o Prêmio FINEP de Inovação Tecnológica 2006 (região Sudeste) e segundo lugar na premiação nacional e por ser apontada pelo INPI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial) a universidade com maior número de patentes. No relatório de atividades, o mérito depositado pela agência são os colaboradores da Inova, qualidade das pesquisas e pelo crescente apoio da reitoria.

“...Os resultados alcançados pela Inova Unicamp desde sua criação, em julho de 2003, que a tornam a agência universitária de inovação que realizou maior número de licenciamentos de tecnologia nos últimos anos, foram decisivos para a vitória nesta premiação .” P. 5

- O relatório destaca a inclusão de uma nova rotina - o processo de comunicação de invenção melhorando a gestão da PI (Propriedade Intelectual) na universidade e a colocando em um nível internacional de transferência de tecnologia.

“Nesse mesmo ano, a comunicação de invenção foi formalmente introduzida no processo de solicitação de patentes pela Unicamp, colocando a gestão da propriedade intelectual da universidade pela Inova Unicamp ao par da prática internacional dos escritórios de transferência de tecnologia, onde este instrumento é rotina sob a denominação de invention disclosure. Foram feitas 75 comunicações de invenção na Unicamp, em 2006, sendo que destas, 55 foram objeto de patentes depositadas no INPI”. P. 5

“As comunicações de invenção são encaminhadas à Inova Unicamp pelos docentes e pesquisadores e constituem o primeiro passo de um processo de verificação e análise que irá definir se uma solicitação de patente ou outra forma de proteção de propriedade intelectual da universidade será efetivada. No ano de 2006, foram recebidas na Inova Unicamp 75 comunicações de invenção pelos professores/ inventores da Unicamp para providências em relação à solicitação de patentes.” P. 13

- O relatório de atividades de 2006 dá grande ênfase no volume de contratos de licenciamento e patentes bem como o volume financeiro e processos gerados.

Propriedade Intelectual	2004	2005	2006
Contratos de Licenciamento de Tecnologia Assinados	10	12	2
Contratos de Licenciamento de Tecnologia Vigentes	16	28	30
Royalties Recebidos pelos Contratos de Licenciamento	ND	R\$65.150,00	R\$ 213.705,15
Patentes Depositadas	51	65	55
Patentes Concedidas	03	01	01
Comunicações de Invenção	51	65	75
Programas de Computador Registrados	12	09	06
Editais de Licenciamento	ND	ND	03

Tabela – A Inova Unicamp em números - P. 8

- A modernização do processo de gestão de patentes foi marcada pelo investimento em tecnologia.

“No ano de 2006, a gestão da PI da Unicamp, que compreende patentes, software e marcas, foi apoiada por ferramentas como: banco eletrônico de patentes criado pela Inova Unicamp, software de gestão APOL, além de ferramentas do próprio Windows. Estas ferramentas auxiliam a organização, manutenção e follow-up dos dados de PI, apoiando a atividade gerencial. ’ - P. 28

CATEGORIA 3 – CAPACITAÇÃO E FORMAÇÃO DE PROFISSIONAIS PARA INOVAR EMPREENDER

Não há.

CATEGORIA 4 – ARTICULAÇÃO DE POLÍTICAS E AÇÕES DIRIGIDAS PARA DESENVOLVIMENTO DE CAMPINAS E DO PAÍS

- No relatório de atividades a agência de inovação da Unicamp assume a frente da estruturação do Parque Tecnológico de Campinas, participando de discussões técnicas, seminários, interagindo constantemente com o Sistema Paulista de Parques Tecnológicos. Com isso, o conhecimento acumulado pela Unicamp para a viabilização da implantação de Parques Tecnológicos, torna-a referência para o desenvolvimento de outros parques, passando a ser consultada por outras regiões interessadas.

“A Inova Unicamp representa a Universidade na articulação das ações relacionadas ao Pólo de Alta Tecnologia de Campinas, como um dos interlocutores na comunidade científica e também na atração de empresas e instituições com forte atuação em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) para se instalarem no Parque Tecnológico de Campinas. Em 2006, a Inova Unicamp participou ativamente do comitê técnico, que integra juntamente com a Companhia de Desenvolvimento do Pólo de Alta Tecnologia de Campinas (Ciatec) e a Fundação Fórum Campinas, com o objetivo de encaminhar propostas e formular projetos que visam a implantação do Parque Tecnológico”. – P. 31

APÊNDICE D – Análise de Conteúdo Relatório de Atividades Inova Unicamp 2007

Relatório de atividades de 2007

LIDERANÇA UNIVERSIDADE	LIDERANÇA INOVA UNICAMP
Reitor: José Tadeu Jorge	Diretoria Executiva: Roberto de Alencar Lotufo
Pró-Reitoria de Pesquisa: Daniel Pereira	Diretoria de Propriedade Intelectual e Desenvolvimento de Parcerias: Diógenes Feldhaus

CATEGORIA 1 – PROMOÇÃO DE PARCERIAS PARA O FORTALECIMENTO DOS ALUNOS, PESQUISA E INOVAÇÃO

- No ano de 2007 foi aberto um edital da InovaSoft para captação de projetos de pesquisa e desenvolvimento de empresas, empresas em pré-incubação e empresas incubadas em parceria com a Unicamp na área de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC). Tal iniciativa (de uso do espaço Centro de Inovação em Software), conforme relatado no relatório, é apontada como uma das ações para a construção de um Pólo de Inovação na Unicamp. Desta forma observa-se um esforço consciente na construção de uma rede, seja na ocupação de espaços, seja na articulação de redes de atores. A ocupação do espaço da universidade por empresas cujo foco é a inovação nos mais diversos setores foi uma ação consciente que ajudou a constituir uma rede próxima de atores com interesse em inovação, o que a longo prazo veio a se transformar no ecossistema de inovação de Campinas.

“ Em 2007 foi aberto o primeiro edital de uso do espaço do Centro de Inovação em Software (InovaSoft) selecionando cinco projetos em parceria com a Unicamp na área de Tecnologia da Informação e Comunicação. A InovaSoft foi criado para alocar projetos de empresas, projeto em pré-incubação e empresas incubadas. A idéia é que sirva de marco pioneiro na implantação de um Pólo de Inovação na Unicamp.” P. 8

- Outra iniciativa relatada neste âmbito foi a criação do Laboratório de Inovação em Biocombustíveis, que tangibilizou a capacidade da agência Inova Unicamp de articular pesquisadores e Unidades de Ensino da Unicamp. Com isso, observa-se que além do espaço físico

“Um segundo marco de 2007, nesta mesma linha, foi projeto de infraestrutura de pesquisa Laboratório de Inovação em Biocombustíveis (LIB). O sucesso desta iniciativa colocou em relevo a capacidade da Inova, como órgão da Reitoria, de articular com 25 pesquisadores de 9 unidades de ensino e pesquisa da Unicamp.” P.8

CATEGORIA 2 – INCENTIVO E ACOMPANHAMENTO NO PROCESSO DE PATENTES

- O relatório de 2007 aponta uma mudança na política da Unicamp para depósito de pedidos de proteção da propriedade intelectual via PCT (Patent Cooperation Treaty) e um aumento do interesse das empresas que já licenciaram tecnologia da Unicamp pelo mercado internacional – dado o cadastro de patentes no âmbito internacional.

“No que tange aos indicadores de proteção da propriedade industrial, nota-se um importante salto na atividade internacional com 11 pedidos via PCT (Patent Cooperation Treaty) e 19 depósitos internacionais. O primeiro indicador é uma mudança da política da Unicamp no depósito PCT, feita principalmente com base no apoio do programa PAPI da Fapesp. Já o segundo indicador de depósitos internacionais mostra a atividade de depósitos em diversos países e regiões, feitas por empresas que já licenciaram tecnologia da Unicamp. Este indicador é uma estimativa da aposta das empresas no mercado de diversos países para o uso das tecnologias”. P. 7

CATEGORIA 3 – CAPACITAÇÃO E FORMAÇÃO DE PROFISSIONAIS PARA INOVAR EMPREENDER

- A busca pelo equilíbrio entre formação profissional dos estudantes utilizando condições reais de comercialização da tecnologia e a atividade de comercialização propriamente dita realizada pela Inova com as instituições do mercado é evidente. Há uma simbiose existente entre produção contínua de conhecimento mas principalmente mão de obra capacitada para criar inovações com valor comercial, que futuramente possa fazer parte do ecossistema da região de Campinas.

“O projeto estruturante Programa de Inovação Tecnológica do Estado de São Paulo (PIT-SP) teve seu primeiro ano de funcionamento, envolvendo além da Unicamp, a USP, Unesp, IPT e Ipen na análise do potencial de inovação das tecnologias disponíveis nestas instituições. Este programa, coordenado pela Unicamp, visa tanto a formação complementar de estudantes na área de inovação como a realização de estudos de viabilidade técnica e econômica das tecnologias em estágio embrionário. Seu principal desafio é conseguir conciliar a atividade profissional de comercialização de tecnologia da Inova com a atividade de formação utilizando situações e condições reais de proteção e comercialização de tecnologias.” P. 5

- O relatório aponta um entendimento e que a capacitação da equipe da Inova Unicamp impactará o desempenho dos programas de incentivos à inovação

“... Ainda que a Inova preste serviço à Unicamp que se estende muito além da busca de royalties, estes contribuem para justificar junto à comunidade interna da Unicamp um incremento de recursos na Inova, condição fundamental para a maior profissionalização da equipe de trabalho e, conseqüentemente, melhor desempenho e abrangência de programas de estímulo à inovação e empreendedorismo na Unicamp e comunidade...” p. 7

- A criação de disciplinas na grade da Faculdade de Engenharia Elétrica e de Computação reforça a importância dada pela agência de inovação para a formação das competências-chaves relevantes para compor e alimentar o ecossistema de inovação liderado pela Unicamp de mão de obra qualificada. A simbiose é clara, e por isso, há investimento na

inovação nas atividades curriculares.

“A disciplina “Introdução à Inovação e Empreendedorismo Tecnológico, oferecida pela Faculdade de Engenharia Elétrica e de Computação (FEEC) com a parceria da Inova Unicamp, foi ministrada nos dois semestres... Adicionalmente, é importante mencionar a apresentação da experiência desta disciplina no I Seminário “Inovações em Atividades Curriculares: experiências na Unicamp.” P. 20

- A atualização constante da base de conhecimento gerado diariamente pelos projetos da Inova como resposta as mudanças foi relatada no relatório de atividades de 2007. A Inova Unicamp apresenta um projeto de parceria com outras universidades de administração para cobrir as lacunas de conhecimento em relação à viabilidade mercadológica dos projetos nos períodos de pré-incubação.

“O projeto de pesquisa “Empreendedorismo Relacionado à CT&I: Estruturação de uma base de conhecimento de projetos da Inova Unicamp” foi submetido à 8 chamada de Projetos de Pesquisa em Políticas públicas da Fapesp e exemplificou o potencial da parceria da universidade com escolas de administração e negócios como estratégia para cobrir lacunas de conhecimento em relação à viabilidade mercadológica dos projetos de pré-incubação.” P. 20

CATEGORIA 4 – ARTICULAÇÃO DE POLÍTICAS E AÇÕES DIRIGIDAS PARA DESENVOLVIMENTO DE CAMPINAS E DO PAIS

- A colaboração da Unicamp com o setor público foi formalizado no programa Inova Municípios, uma parceria que se apresenta como tendo o objetivo de desenvolver tecnologias sociais e inovação em áreas de interesse público.

“O estímulo ao desenvolvimento e transferência de tecnologias para o setor público integra os objetivos estratégicos da Inova Unicamp e conta com a atuação do programa Inova Municípios com a captação e organização de projetos colaborativos da Unicamp com esse setor. A Inova nos Municípios constitui uma abordagem nova e bem sucedida de estabelecimento de parcerias voltadas para o desenvolvimento de tecnologias sociais e inovação em áreas de interesse público. P.22

- O convênio da Unicamp com a Finep (InovaNIT) para a capacitação de pessoal de Núcleos de Inovação Tecnológica em Instituições de Ciência e Tecnologia (ICT) representa a liderança que a Inova Unicamp assumiu na atuação da universidade na transferência de tecnologia, propriedade intelectual e cooperação com organizações e empresas no processo de inovação, sendo reconhecida pelo governo por isso.

“O projeto InovaNIT é fruto de um convênio da Unicamp com a Financiadora de Estudos e Projetos (Finep), do Ministério de Ciência e Tecnologia (MCT). Assinado em julho de 2007, visa a capacitação de pessoal e o desenvolvimento de boas práticas de gestão para Núcleos de Inovação Tecnológica (NIT) em Instituições de Ciência e Tecnologia (ICT). O objetivo é difusão, por meio da Inova Unicamp, da experiência e de práticas bem sucedidas de atuação da universidade na transferência de tecnologia, gestão de propriedade intelectual e cooperação com organizações e empresas no

processo de inovação.” P. 22

- O InovaNIT é a formalização do incentivo do governo no fortalecimento de redes de relacionamento.

“... Outro objetivo do InovaNIT é o incentivo e fortalecimento das redes de relacionamento entre os núcleos de inovação tecnológica. Nesse sentido, em setembro de 2007, o projeto organizou o Seminário Inova Unicamp e Unesco, promovido em parceria com o Escritório Regional de Ciência para a América Latina e Caribe da Unesco. O evento reuniu representantes de universidades, institutos, de pesquisa e órgãos de governo da Argentina, Brasil, Chile, Estados Unidos e Uruguai, com a finalidade de serem discutidas e compartilhadas experiências em relação a práticas de inovação e comercialização de tecnologias”. – P. 31

APÊNDICE E – Análise de Conteúdo Relatório de Atividades Inova Unicamp 2008

RELATÓRIO DE ATIVIDADES DE 2008

LIDERANÇA UNIVERSIDADE	LIDERANÇA INOVA UNICAMP
Reitor: José Tadeu Jorge	Diretoria Executiva: Roberto de Alencar Lotufo
Pró-Reitoria de Pesquisa: Daniel Pereira	Diretoria: Marcelo Menossi e Patricia T. Magalhães de Toledo

CATEGORIA 1 – PROMOÇÃO DE PARCERIAS PARA O FORTALECIMENTO DOS ALUNOS, PESQUISA E INOVAÇÃO

- Em 2008 o relatório apresenta parcerias no âmbito internacional, até então não apresentadas. Os principais objetivos são de intercâmbio de experiência, transferência de tecnologia e capacitação.

“Atendendo ao objetivo estratégico da Inova Unicamp de ser um núcleo de inovação tecnológica com relevância internacional na transferência de tecnologia, foram estabelecidos em 2008 projetos e parcerias internacionais, entre elas os projetos PILA Network e IP UniLink, financiados pela Comissão Européia”. P. 6

- No relatório de 2008 um novo setor foi incluído nas parcerias com a agência: setor automotivo.

“As equipes de Parcerias e Projetos Colaborativos, em conjunto com a de Contratos e Convênios da Agência, foram responsáveis por articular os licenciamentos desse sistema para duas empresas do segmento automotivo, que colocarão no mercado produtos diferenciados.” P.6

CATEGORIA 2 – INCENTIVO E ACOMPANHAMENTO NO PROCESSO DE PATENTES

- O relatório de atividades de 2008 apresentou um gráfico de patentes desde 1989, mostrando as oscilações do número de patentes ao longo dos anos. E atribui as oscilações dos números relativos a comunicações de invenção e royalties ao processo de institucionalização dos procedimentos, seja formalizando em outras áreas ou qualificando os profissionais.

“... A oscilação de números como os relativos a comunicações de invenção e a royalties em parte reflete o processo de crescente formalização e qualificação destes procedimentos na universidade, mas, de fato, a experiência recente não autoriza inferir um patamar de

desempenho possível ou desejável que permita comparações e explicações conclusivas.” P. 5

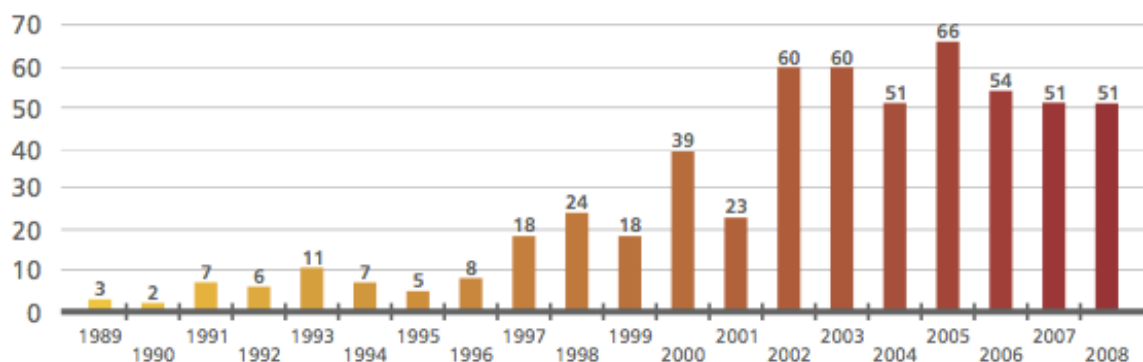


GRÁFICO 7: Números de pedidos de patentes depositados no INPI pela UNICAMP no período de 1989-2008.

CATEGORIA 3 – CAPACITAÇÃO E FORMAÇÃO DE PROFISSIONAIS PARA INOVAR EMPREENDER

Não há.

CATEGORIA 4 – ARTICULAÇÃO DE POLÍTICAS E AÇÕES DIRIGIDAS PARA DESENVOLVIMENTO DE CAMPINAS E DO PAÍS

Não há.

APÊNDICE F – Análise de Conteúdo Relatório de Atividades Inova Unicamp 2009

RELATÓRIO DE ATIVIDADES DE 2009

LIDERANÇA UNIVERSIDADE	LIDERANÇA INOVA UNICAMP
Reitor: Fernando Ferreira Costa	Diretoria Executiva: Roberto de Alencar Lotufo
Pró-Reitoria de Pesquisa: Ronaldo Aloise Pilli	Diretoria: Marcelo Menossi e Patricia T. Magalhães de Toledo

CATEGORIA 1 – PROMOÇÃO DE PARCERIAS PARA O FORTALECIMENTO DOS ALUNOS, PESQUISA E INOVAÇÃO

- A parcerias nacionais de 2009 ficaram no âmbito do fortalecimento da troca do conhecimento e boas práticas de transferência de propriedade intelectual entre a Unicamp e institutos e universidades.

“5. Relacionamento Institucional: Novas parcerias para a profissionalização

5.1. Parcerias Nacionais

Fiocruz: convênio traz especialista para a Unicamp ... atuando como especialista visitante em Gestão da Propriedade Intelectual e da transferência de Tecnologia... as trocas de ideias entre as duas instituições foram se desenvolvendo ao longo do tempo, facilitados pelos encontros da REPICT, do FORTEC e de muitos outros eventos e mesas de debates, que foram e continuam sendo espaços estratégicos para a identificação de interlocutores as instituições de ciência e tecnologia brasileiro” P.30

“InovaNIT: publicação enfoca estruturação de NIT

... InovaNIT é um projeto de cooperação e capacitação de Núcleos de Inovação Tecnológica... totalizando 420 profissionais capacitados... A proposta não foi de oferecer formatos prontos de como estruturar e operacionalizar um Núcleo, uma vez que existem diversas naturezas de NIT, e cada região tem sua característica própria” P.31

“Fortec: terceiros encontro realizado em Campinas

... Por meio do a Unicamp participa do Fortec desde o início dos trabalhos para a criação desse fórum de representatividade, que envolve universidades e institutos de pesquisa em torno do gerenciamento de políticas de inovação e de atividades referentes à propriedade intelectual e transferência de tecnologia. Durante dois mandatos, a Unicamp esteve na Coordenação Nacional.” P. 33

“Pró-NIT

Com o objetivo de aprimorar os processos de avaliação do potencial inovativo e comercialização de tecnologias, a Inova Unicamp liderou a formação de uma rede de Núcleos de Inovação Tecnológica de Instituições de Ciência e Tecnologia do Estado de São Paulo, programa esse que foi denominado Pró-NIT. Formato em projeto e submetido à chamada pública MCT/FINEP/AÇÃO TRANSVERSAL – PRO-INOVA – 01/2008, o programa

envolve, além da Unicamp, seis ICT, sendo elas: DCTA, IPT UFSCar, Unifesp e USP. O projeto foi aprovado em 2009 e os primeiros meses de trabalho tiveram como finalidade o alinhamento das ações entre todos os participantes.” P. 33

“Comitê Temático Anpei

A Unicamp, por meio da Inova, integra o comitê temático “Promovendo a Interação ICT-Empresa”, um grupo de profissionais, vinculados a empresas e a Instituições de Ciência e Tecnologia, disposto a analisar como ocorre a relação entre esses dois setores e formas de melhorá-la a fim de incentivar processos de inovação. Esse comitê é uma iniciativa da Associação Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento das Empresas Inovadoras (Anpei). Criado em 2007 com a finalidade de mapear e caracterizar as práticas de interação, as atividades foram intensificadas em 2009 e divulgadas as conclusões de uma pesquisa dirigida, realizada em 2008.” P. 33

- Pela primeira vez, desde o primeiro relatório de atividades, as parcerias internacionais são apresentadas de maneira extensa e detalhada, destacando a missão e cooperação com o reino unido, evento no Brasil com a presença de pesquisadores britânicos e a capacitação de equipe técnica da agência sobre transferência de tecnologia na Universidade de Oxford.

“Missão e cooperação com o Reino Unido

Com algumas das melhores universidades do mundo, o Reino Unido ocupa liderança em produção mundial de artigos científicos e é referência internacional em inovação. O sistema de inovação britânico é composto por uma ampla rede de empresas, universidades, institutos de pesquisa e agências do governo que interagem entre si, desenvolvem e planejam políticas e estratégias para o setor. Para conhecer melhor o sistema de inovação britânico e suas boas práticas, a Inova Unicamp estabeleceu em 2009 contato estratégico com o Consulado Britânico em São Paulo, que teve como resultados imediatos um convite para treinamento de colaboradores da Agência no Reino Unido e a realização do evento “The how of innovation through low carbon examples” na própria Unicamp.” P. 33

- Além disso, constituiu-se em 2009 rede de cooperação em propriedade intelectual na América Latina .

A Unicamp foi convidada pela Universidade de Alicante (Espanha) em março de 2008 para atuar na coordenação científica da Rede de Propriedade Intelectual e Industrial na América Latina... Segundo Roberto Escarré, diretor do projeto PILA, o objetivo do projeto é promover a harmonização e modernização das práticas de Gestão da Propriedade Intelectual em sistemas de educação superior em nível regional da América Latina (AL), com vistas a fortalecer as colaborações universidade-indústria e contribuir para o desenvolvimento social e econômico.” P. 35

CATEGORIA 2 – INCENTIVO E ACOMPANHAMENTO NO PROCESSO DE PATENTES

- O ano de 2009 apresenta um esforço maior à premiação e incentivo de professores pesquisadores e alunos de iniciação científica como estratégia para aumentar o número de patentes.

"... Prêmio Inventores 2009

Com o objetivo de valorizar e incentivar pesquisadores envolvidos, de alguma forma, com propriedade intelectual, a Inova Unicamp criou a Premiação de Inventores visando promover o estímulo à inovação entre a comunidade acadêmica." P. 38

"... Prêmio Inova Unicamp de Iniciação à Inovação 2009

Em 2009 foi realizada a segunda edição do Prêmio Inova Unicamp de Iniciação à Inovação, paralelamente ao XVII Congresso Interno de Iniciação Científica da Unicamp. Esta iniciativa teve como público-alvo estudantes de iniciação científica e a premiação foi feita por área (biológica, exata e tecnológica), para as duas pesquisas consideradas com maior potencial inovativo". P. 42

CATEGORIA 3 – CAPACITAÇÃO E FORMAÇÃO DE PROFISSIONAIS PARA INOVAR EMPREENDER

- Palestra para conscientizar a alunos e docentes quanto a importância da inovação e proteção da propriedade intelectual para que haja transferência do conhecimento à sociedade.

" Palestras PI

Como uma estratégia para ampliar a difusão da importância da propriedade intelectual nas atividades de pesquisa e inovação junto à comunidade acadêmica, a Agência estruturou uma agenda de apresentações atendendo a diversas unidades da Unicamp... Dessa maneira, a proposta foi a de conscientizar docentes e alunos sobre a importância da proteção, nos casos em que cabe, para que resultados de pesquisas possam ser absorvidos e transformados em benefício para a sociedade, seja por meio de um novo processo, produto ou serviço." P.43

CATEGORIA 4 – ARTICULAÇÃO DE POLÍTICAS E AÇÕES DIRIGIDAS PARA DESENVOLVIMENTO DE CAMPINAS E DO PAIS

- Pensando em compartilhar as informações sobre as atividades de proteção de Propriedade Intelectual em 2009 foi construído da Política de Propriedade Intelectual tornando pública as regras a todos os interessados e envolvidos com as atividades de proteção.

"A Unicamp aprovou a Política Institucional de Propriedade Intelectual, em 24 de novembro de 2009, normatizando a atuação da universidade nessa área e tornando públicas, essas informações, a todos interessados e envolvidos com as atividades de proteção. A Inova Unicamp participou ativamente do processo de construção do documento e é o órgão responsável pela implementação da política interna." P. 38

- Em 2009 três projetos foram executados para dar conta da construção do Polo de Pesquisa e Inovação da Unicamp, intitulados como "estruturantes", pois tangilizam os objetivos estratégicos.

“Polo de Pesquisa e Inovação da Unicamp: projetos estruturantes

O ano de 2009 foi de grande importância para a estruturação dos projetos que envolvem o Polo de Pesquisa e Inovação da Unicamp. Os três projetos que compõem o esforço inicial foram assinados com o Governo do Estado em dezembro de 2008 e estruturados em 2009: Construção da sede e da Incubadora, no valor de R\$ 5.218.220,00; Projeto Urbanístico, no valor de R\$ 416.090,61; e Projeto de Ciência, Tecnologia e Inovação da Região de Campinas, no valor de R\$ 643.750,00.” P. 44

- Em 2009 houve a referência de incubação de empresas de Agronegócios fruto da parceria com o Ministério Público. Além dessa iniciativa, outras parcerias públicas como o convênio de cooperação com o Parque Tecnológico de Limeira e workshop com membros de entidades e Administração municipal para marcar a implantação do parque.

“Incamp: seleção de projetos em parceria

A Incubadora de Empresas de Base Tecnológica (Incamp) da Unicamp e a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), vinculada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento realizaram em 2009 seleção de candidatos para incubação de empresas de base tecnológica no agronegócio.

A iniciativa buscou estimular, a partir de produtos, processos e serviços desenvolvidos pela Embrapa, a criação de novas micro e pequenas empresas com cunho inovador, colaborando para o desenvolvimento econômico e social do Estado de São Paulo e das cidades da região de Campinas e para a valorização e fortalecimento da cultura de interação universidade-empresa.” P. 31

- O IV Encontro da Unicamp Ventures, apesar de estar na quarta edição, foi mencionado pela primeira vez no relatório de atividades.

“O grupo Unicamp Ventures, rede de relacionamento formada por empresários ex- alunos, ex-professores e empreendedores que passaram pela Unicamp, realizou seu IV Encontro no dia 18 agosto de 2009... O empreendedorismo é contagioso, quanto mais casos de sucesso, mais empresas podem surgir e esse contágio é uma das missões dos empreendedores à frente do Unicamp Ventures” P. 47

APÊNDICE G – Análise de Conteúdo Relatório de Atividades Inova Unicamp 2010

RELATÓRIO DE ATIVIDADES DE 2010

LIDERANÇA UNIVERSIDADE	LIDERANÇA INOVA UNICAMP
Reitor: Fernando Ferreira Costa	Diretoria Executiva: Roberto de Alencar Lotufo
Pró-Reitoria de Pesquisa: Ronaldo Aloise Pilli	Diretora de Transferência de Tecnologia e Propriedade Intelectual: Marcelo Menossi e Patricia T. Magalhães de Toledo

CATEGORIA 1 – PROMOÇÃO DE PARCERIAS PARA O FORTALECIMENTO DOS ALUNOS, PESQUISA E INOVAÇÃO

- Nas palavras do Diretor Lotufo, os valores da equipe do Inova foram responsáveis pela ampliação do impacto do ensino, pesquisa e extensão da Unicamp. E o estímulo a inovação é atribuída ao reconhecimento dos professores e estímulo a parcerias. Para isso, é apresentado no relatório sob o título de “Estímulo à inovação na Unicamp” a fotografia dos professores e aluno ganhadores dos seguintes prêmios: Inventor 1000, Inventores Unicamp edição 2010 com as categorias: tecnologia absorvida pelo mercado, destaque na proteção da propriedade intelectual, tecnologia licenciada, e para os estudantes de iniciação científica o “Prêmio Inova Unicamp de Iniciação à inovação edição 2010”

“Ao longo do ano de 2010, conquistamos resultados através de responsabilidade social, confiança, comprometimento, integridade e respeito às pessoas, valores-chaves da equipe da Agência. Os desafios e conquistas só foram possíveis devido à cooperação, dedicação e ao esforço existentes em alunos, docentes e pesquisadores da Universidade. Dessa maneira, trabalhamos para ampliar o impacto do ensino, pesquisa e extensão da Unicamp. Para isso, valorizamos o reconhecimento aos professores e buscamos constantemente o desenvolvimento de parcerias e iniciativas que consigam estimular a inovação e, assim, o crescimento da sociedade...” P.6

- Em 2010 o relatório aponta a criação de uma política de Propriedade Intelectual da Unicamp com informações sobre procedimentos para a proteção dos resultados da pesquisa na Universidade. O uso das palavras “políticas” e “procedimentos” demonstram uma necessidade de normatizar o procedimento de proteção da inovação e não transferência, que passa a ser um termo recorrente a parti do relatório de atividades de 2013.

“Anualmente, a Agência realiza junto a diversas unidades da Unicamp, no começo dos semestres dos cursos de graduação, a palestra intitulada “A importância da Propriedade Intelectual nas Atividades de Pesquisa e Inovação”, ministrada por analistas e especialistas em Propriedade Intelectual (PI) da Inova Unicamp. O objetivo do evento é ampliar a divulgação da Política de Propriedade Intelectual da Unicamp, bem como difundir

informações práticas sobre os procedimentos para a proteção dos resultados da pesquisa na Universidade.” P.41

CATEGORIA 2 –INCENTIVO E ACOMPANHAMENTO NO PROCESSO DE PATENTES

- Criação de um sistema online de comunicação de invenções, fruto da premiação da Inova na etapa regional do Prêmio Finep de inovação.

“... Agência simplificou o processo de comunicação de invenções e iniciou o desenvolvimento de um sistema online para sua submissão e gestão, com intuito de atender melhor a comunidade Unicamp. “ P. 5

“Nosso foco em melhoria contínua nos fez estruturar o projeto InovaTT, um novo patamar na transferência de tecnologias da Unicamp. O objetivo é aprimorar os processos relacionados a atividades de transferência de tecnologia e de licenciamento da propriedade intelectual protegida da Universidade. O projeto é resultado da premiação da Inova na etapa regional do Prêmio Finep de Inovação, categoria Instituição de Ciência e Tecnologia em 2008.” P. 6

- O projeto premiado pelo FINEP representou o início de uma nova fase de atuação da Inova: a de incentivo no licenciamento de tecnologias de propriedade da universidade e na transferência de tecnologia por meio da criação de novas empresas (startups). Até o relatório de atividades de 2010, nenhuma iniciativa neste sentido foi destacada.

“INOVA TT - UM NOVO PATAMAR NA TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIAS DA UNICAMP

O objetivo do projeto Inova TT é aumentar a eficácia, eficiência, efetividade e resultados dos processos e a adequação dos procedimentos de transferência de tecnologia (TT) e de licenciamentos de propriedade intelectual (PI) protegida da Unicamp. O projeto é resultado da premiação da Agência de Inovação Inova Unicamp no Prêmio Finep de Inovação, em 2008. Além de conceder um troféu, o prêmio possibilitou a agência a pré- aprovação de um projeto financiado pela Financiadora de Estudos e Projetos (Finep) no valor de R\$ 500 mil... O projeto foi desenvolvido para ter a duração de 24 meses, com os seguintes objetivos específicos:

- 1 - Incorporar a capacidade de transferir tecnologia por meio da criação de novas empresas (startups) para desenvolver e explorar invenções e resultados de pesquisa da universidade em especial as tecnologias protegidas;*
- 2 - Aprimorar a capacidade de oferta e negociação para licenciar tecnologias de propriedade da universidade, PI passível de proteção legal ou não, para empresas já estabelecidas no mercado e entidades públicas e privadas;*
- 3 - Desenvolver e adquirir novas competências em gestão estratégica de inovações originadas da criação e da pesquisa acadêmica da universidade.” P.59*

CATEGORIA 3 – CAPACITAÇÃO E FORMAÇÃO DE PROFISSIONAIS PARA INOVAR EMPREENDER

- Criação do Inova semente, cujo principal foco é incentivar novos empreendimentos,

funcionando como um Centro de Empreendedorismo dentro da Agência de Inovação Inova Unicamp. Como ação do programa foi idealizado um certificado em empreendedorismo tecnológico, fornecendo educação complementar a alunos da graduação com disciplinas de inovação e empreendedorismo.

“Atuando como um “Centro de Empreendedorismo”, o projeto incentiva a fundação de novos empreendimentos e foi desenvolvido com o apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) em parceria com o GVcepe (Centro de Estudos em Private Equity e Venture Capital da Fundação Getúlio Vargas), Instituto Endeavor, Instituto Insper, Secretaria de Desenvolvimento do Governo de São Paulo. A liderança do Inova Semente ficou a cargo da Agência de Inovação Inova Unicamp. O principal foco do projeto foi educação em empreendedorismo tecnológico. Um certificado de Estudos em Empreendedorismo e Inovação foi sugerido pelo grupo do Inova Semente. O certificado tem o objetivo de fornecer uma formação complementar a alunos da graduação da Unicamp que cursem um conjunto de disciplinas de inovação e empreendedorismo.” P. 20

CATEGORIA 4 – ARTICULAÇÃO DE POLÍTICAS E AÇÕES DIRIGIDAS PARA DESENVOLVIMENTO DE CAMPINAS E DO PAÍS

- Com foco na capacitação de desenvolvimento de parcerias

“Outra atividade importante desse último ano foi a forte atuação no estímulo ao empreendedorismo tecnológico na Universidade e Região Metropolitana de Campinas (RMC), sendo um dos principais destaques a implantação do Conselho das Startups feito pelo Unicamp Ventures, rede de empresários ex-alunos da Unicamp.

O Parque Científico da Unicamp foi regulamentado pelo Conselho Universitário, colocando-o como um dos parques do Sistema Paulista de Parques Tecnológicos. No escopo de apoio às atividades empreendedoras, a Agência realizou, em parceria com o CIESP Campinas e com o financiamento CNPq, uma série de seis eventos, com o foco em pequenas e médias empresas interessadas em capacitação e parcerias para a inovação.” P. 6

“PARQUE CIENTÍFICO DA UNICAMP: SUA INSTITUCIONALIZAÇÃO E O PROJETO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO DA REGIÃO DE CAMPINAS

O ano de 2010 coloca-se como marco nas ações estabelecidas à criação e institucionalização do Parque Científico da Unicamp... O Parque Científico da Unicamp foi criado com a finalidade de ampliar a interação com os Sistemas Nacional e Regional de Ciência, Tecnologia e Inovação através da realização de pesquisa colaborativa e multidisciplinar, com organizações públicas e privadas, voltadas ao desenvolvimento científico e tecnológico e na promoção da inovação... O Parque foi criado ainda com os objetivos de ampliar as oportunidades de formação de alunos (...); de estimular, selecionar e acolher projetos inovadores em parceria com grupos de pesquisa e pesquisadores da Unicamp; de propiciar a infraestrutura adequada para a residência temporária de projetos inovadores, em suas instalações; e de apoiar projetos de alunos e pesquisadores da Universidade pré-incubados, com potencial de gerar negócios inovadores.” P. 43

- Os setores

“Objetivou-se contribuir com o desenvolvimento científico e tecnológico, tendo em vista

também o crescimento econômico da Região de Campinas. O estudo identificou áreas prioritárias para o estabelecimento de investimentos e projetos de ciência e tecnologia nos próximos 20 anos, tendo duas frentes de trabalho. A primeira delas engloba redes e serviços de telecomunicações, agrotecnologias, tecnologias para saúde e maquinaria e equipamentos especializados. Já a segunda abrange eco-inovações e nanotecnologia.” P. 43

“O trabalho compilado nesse relatório construiu um cenário-base para a consolidação de uma rede de atores com a visão necessária para o desenvolvimento de um trabalho sustentável que venha alavancar e fortalecer o desenvolvimento do projeto. O estudo demonstra, por exemplo, que a RAC é o terceiro maior parque industrial do Brasil e elo logístico com importantes e diversificadas atividades econômicas baseadas em tecnologia”, afirmou o coordenador do Sistema Local de Inovação da Inova Unicamp, Eduardo Gurgel do Amaral.” P. 44

- A racionalidade do discurso

No estudo foi considerada a macro região de Campinas, com 90 municípios, e analisadas 49 atividades econômicas especializadas importantes para a região. A RAC concentra mais de 1/4 da força de trabalho brasileira. “Durante o estudo, recolhemos dados que identificam as competências da região na geração de inovação e conhecimento. Possuímos profissionais qualificados e meios de qualificar a mão de obra necessária, além de polos científicos já desenvolvidos e universidades que são referência no Brasil e no mundo. No entanto, precisamos aperfeiçoar a troca de informações e experiências e fomentar o comprometimento entre os atores desse processo para que possamos alavancar o crescimento da região de maneira estruturada, com condições técnicas e ambientais para um crescimento ordenado e sustentável, levando à população da região condições para crescer num processo conjunto”, afirmou Gurgel do Amaral. A pesquisa também apontou que as universidades são buscadas pelas empresas para desenvolver pesquisas em situações isoladas e não integram os pesquisadores em seu próprio ambiente. – P. 44

- O ano de 2010 a Inova priorizou ações para o fortalecimento do Sistema Nacional de Inovação com o que é chamado no relatório de “consolidação e adequação de metodologias de proteção e comercialização de tecnologias de NIT do estado de São Paulo (chamado de PRO-NIT) e aliado a esta iniciativa de normatização foi criado o INOVANIT, um projeto na Finep que visa apoiar a cooperação capacitação de NITs.

Com o objetivo de aprimorar os processos de avaliação do potencial inovativo e da comercialização de tecnologias, a Agência de Inovação Inova Unicamp liderou a formação de uma rede de Núcleos de Inovação Tecnológica (NIT) de Instituições de Ciência e Tecnologia (ICT) do Estado de São Paulo... De acordo com os relatórios produzidos para a Finep, entre as ações do projeto estão o aprimoramento de processos de comercialização de tecnologia. Essa melhoria inclui desde a avaliação do potencial de inovação de uma tecnologia, até sua proteção e comercialização.” P. 56

“O InovaNIT é um projeto Encomenda FINEP que visa a capacitação e cooperação de Núcleos de Inovação Tecnológica. Iniciado em julho de 2007 e com duração prevista de 36 meses,” P. 58

	Abril	Julho	Agosto	Agosto	Novembro
Curso	PI e Busca em Bases de Patentes	Básico de Redação de Patentes	PI e Busca em Bases de Patentes	Básico de PI INPI	Intermediário de PI INPI
Número de participantes	46	46	40	41	32
Número de Instituições	38	34	27	23	19

APÊNDICE H – Análise de Conteúdo Relatório de Atividades Inova Unicamp 2011

RELATÓRIO DE ATIVIDADES DE 2011

LIDERANÇA UNIVERSIDADE	LIDERANÇA INOVA UNICAMP
Reitor: Fernando Ferreira Costa	Diretoria Executiva: Roberto de Alencar Lotufo
Pró-Reitoria de Pesquisa: Ronaldo Aloise Pilli	Diretora de Transferência de Tecnologia e Propriedade Intelectual: Marcelo Menossi e Patricia T. Magalhães de Toledo

CATEGORIA 1 – PROMOÇÃO DE PARCERIAS PARA O FORTALECIMENTO DOS ALUNOS, PESQUISA E INOVAÇÃO

• No relatório de atividades de 2011, a missão da agência de inovação ganha destaque, e apresenta-se de maneira diferente: na declaração de 2004 o objetivo era fortalecer parcerias para criar oportunidades e consequentemente contribuir para o desenvolvimento econômico e social do país, enquanto que em 2011 a missão aparece mais detalhada e focada, apontando como objetivo ampliar o impacto do ensino que estimulem a inovação e empreendedorismo para que haja benefício a sociedade, tão latente nos valores da agência. E as parcerias passam a ser o meio para se conquistar impacto no ensino e benefício para a sociedade.

“Missão: Ampliar o impacto do ensino, pesquisa e extensão da Unicamp por meio do desenvolvimento de parcerias e iniciativas que estimulem a inovação e o empreendedorismo em benefício da sociedade.” P.3

“A missão da Inova Unicamp é fortalecer as parcerias da universidade com empresas, órgãos de governo e demais organizações da sociedade, criando oportunidades para que as atividades de ensino e de pesquisa se beneficiem dessas interações e contribuindo para o desenvolvimento econômico e social do país”. P. 4, relatório de atividades 2004

- Em 2011 parcerias internacionais começam a se consolidar para viabilizar a troca de experiências no estímulo de um polo de inovação regional. No caso, a Inova Unicamp e a Cambridge Enterprise, subsidiária da Universidade de Cambridge, cujo foco é estimular o ecossistema empreendedor da cidade de Cambridge. Neste estágio começa-se a criar pontes com ambientes institucionais de outros países.

“Concretizarmos também a parceria da Inova Unicamp com a Cambridge Enterprise, empresa subsidiária da Universidade de Cambridge, responsável por gerenciar e transferir a sua propriedade intelectual, que possui um papel importante no estímulo de um polo fortemente inovador no Reino Unido. Diversos encontros e visitas possibilitaram a troca de experiências e a inspiração para a Unicamp em relação ao ecossistema empreendedor de Cambridge..” - P.12

- O Encontro Unicamp Ventures (da rede de empresários ex-alunos da Unicamp), que foi mencionado pela primeira vez no relatório de atividades de 2009, ganha destaque em 2011 e passa a ser associado como peça fundamental para o estímulo a pesquisa e empreendedorismo juntamente com o Prêmio Inventores que homenageia pesquisadores e docentes com pesquisas protegidas e licenciadas por empresas. O prêmio por ter se consolidado e se tornado uma prática institucionalizada, em 2011 ganhou um portal cujo objetivo, segundo o relatório de atividades, é preservar a memória do evento e de seus homenageados.

“... consideramos essenciais para o estímulo à pesquisa e ao empreendedorismo na Universidade, como a realização do sexto Encontro Unicamp Ventures e mais uma edição do Prêmio Inventores, homenageando docentes e pesquisadores cujos resultados de pesquisas foram protegidos e licenciados para empresas.” P. 7

“Em 2011, foi criado o portal Prêmio Inventores Unicamp com o propósito de criar um registro online dessa iniciativa feita pela Universidade e, dessa maneira, preservar a memória do evento e de seus homenageados. O site pode ser acessado em www.inova.unicamp.br/premioinventores” P.45

CATEGORIA 2 –INCENTIVO E ACOMPANHAMENTO NO PROCESSO DE PATENTES

- No relatório de atividades de 2008, as oscilações nos royalties foram justificadas pela falta de formalização e qualificação nos processos. Em 2009, lançaram o Prêmio Inventores e o **Prêmio InovaUnicamp de Iniciação à Inovação**. No ano subsequente o relatório apresenta transferência de tecnologias com número recorde de royalties, com destaque ao número de patentes depositadas no INPI (aumento de 30% em relação ao ano anterior).

“... A transferência de tecnologias alcançou um número recorde de royalties recebidos pela Unicamp por licenciamentos de tecnologias: 724 mil reais. Além disso, a Agência de Inovação Inova Unicamp conseguiu manter o seu posicionamento de destaque no setor de propriedade intelectual no ano de 2011. Ao todo, somamos 67 pedidos de patentes depositados no INPI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial) no ano ... corresponde a um aumento de aproximadamente 30% no total de pedidos em relação a 2010.” - P. 6

- No relatório de atividades de 2011, um novo recorde de indicador: a comunicação de invenções aumentou 50%. E a agência esta conquista de eficácia a implementação do Sistema de Comunicação de Invenção Online, cujo o foco é facilitar o pedido de patente por parte de pesquisadores e docentes.

“Outra atividade importante deste último ano foi a consolidação do Sistema de Comunicação de Invenção online, sistema voltado aos pesquisadores e docentes da Unicamp que facilita o início do processo de pedido de patente da Universidade. Prova de sua eficácia é o recorde conquistado pela Agência em relação ao número de comunicação de invenções, que também aumentou mais de 50% em relação a 2010 – de 61, em 2010,

passou para 94, em 2011.” P. 6

CATEGORIA 3 – CAPACITAÇÃO E FORMAÇÃO DE PROFISSIONAIS PARA INOVAR EMPREENDER

- O ano de 2011, portanto, trouxe grande destaque para os resultados das iniciativas de empreendedorismo, seja pela movimentação da comunidade acadêmica em torno do assunto, seja pelo êxito de muitos grupos de alunos empreendedores em competições nacionais e internacionais. Tanto que o relatório de atividades de 2011 atribui a maioria dos cases de sucesso as iniciativas de estímulo ao empreendedorismo de base tecnológica, que compreende na
 1. Estruturação de uma rede de ex-alunos empreendedores (Unicamp Ventures);
 2. Criação do InovaVentures;
 3. Projetos de Capacitação de alunos interessados em empreender;
 4. Desafio Unicamp de inovação tecnológica;
 5. Conselho de Startups (estruturado pelo Unicamp Ventures);
 6. Fomento a rede de mentores: Fóruns, debates, palestras e workshops relacionados à área, com especialistas e mentores experientes que doaram seu tempo para aconselhar jovens com interesse em se tornar empreendedor.

Interessante notar como foi evoluindo a sinergia das ações do InovaUnicamp ao longo dos anos. Nos primeiros relatórios de atividades as iniciativas pareciam desconexas e sem diretrizes estratégicas claras, eram ações em diferentes frentes que cumpriam apenas em fortalecer parcerias para o desenvolvimento da sociedade – valor da agência desde sua fundação. As ações deixam de ser instrumentais e passam ser estruturais, pois começam a criar uma cultura do empreendedorismo e da inovação na universidade.

"Entre as iniciativas de responsabilidade da Inova Unicamp, a área de estímulo ao empreendedorismo de base tecnológica é uma das que vem se destacando por seus casos de sucesso, que compreendem não somente a estruturação de uma rede de ex-alunos empreendedores singular no país – o grupo Unicamp Ventures – mas também uma série de projetos de apoio e capacitação de alunos interessados em empreender... Entre os projetos a serem destacados em 2011 estão as disciplinas de empreendedorismo – oferecidas a alunos da graduação da Universidade –, o Desafio Unicamp de inovação tecnológica, o Conselho de Startups – estruturado pelo grupo Unicamp Ventures em parceria com a Inova Unicamp – e o sexto Encontro Unicamp Ventures, além de fóruns, debates, palestras e workshops relacionados à área, que trouxeram especialistas e mentores experientes para doar seu tempo e aconselhar jovens que possuam interesse em saber mais sobre o assunto e, possivelmente, de se tornarem empreendedores." P. 53

“Em 2011, foram oferecidas aos alunos da Unicamp duas disciplinas de empreendedorismo com o apoio da Inova Unicamp: AM042 - Introdução ao planejamento e desenvolvimento de novos empreendimentos – e AM037 - Propriedade Intelectual, Inovação e Empreendedorismo: Temas Contemporâneos.

- Uma área do relatório de atividades é intitulado de “Repercussões”, subdividido em: “Conselhos de Startups e mentoria: repercussões” ou “Disciplinas de empreendedorismo: repercussões”. Como reconhecimento de sucesso das disciplinas, o relatório de atividades aponta que vários grupos de alunos passaram a ser mentorados por empresários da Endeavor e que foram finalistas em competições de empreendedorismo nacional e internacional.

A AM042 foi ofertada em quatro turmas de 25 alunos cada e é recomendada para estudantes da graduação dos dois últimos anos. Em duas turmas, os exercícios e exemplos foram direcionados para as áreas de Tecnologia da Informação (TI) e Biologia, respectivamente. A metodologia aplicada foi a Bota Pra Fazer, que resulta de um convênio da Endeavor com a Fundação Kauffman – considerada a principal organização mundial de educação e cultura empreendedora. O Bota Pra Fazer é um projeto inserido no Movimento Global pelo Empreendedorismo” P. 59

- Pela primeira vez aparece o termo “Universidade Empreendedora”. E o Desafio Unicamp de Inovação Tecnológica, pela primeira vez, ao ser relatado apresenta a preocupação com o desenvolvimento da cultura inovadora na universidade. Esse aprofundamento na discussão quando ao estímulo a inovação tem como resultado a criação de eventos que agregam não apenas pesquisadores e docente mas outros atores da universidade que podem agregar valor na definição de modelos de negócios inovadores e criativos a partir de tecnologias desenvolvidas na universidades. Esta ação acrescenta a etapa que faltava para completar o ciclo de criação e lançamento de produtos sustentáveis e inovadores ao mercado. Por se tratar de uma universidade com uma força muito grande a criação de tecnologias, a inovação no campo do modelo de negócios demorou a ser vista.

"A primeira edição do Desafio Unicamp de inovação tecnológica, que ocorreu no primeiro semestre de 2011, é uma das realizações de destaque da Agência de Inovação Inova Unicamp na área de fomento à cultura empreendedora na Universidade. ". P. 54

“O objetivo da competição é estimular a criação de negócios de base tecnológica a partir de tecnologias protegidas da Unicamp – patentes e programas de computador. Este é também o principal diferencial da competição frente a outras competições de empreendedorismo conhecidas no Brasil e no mundo: a utilização de tecnologias provenientes de uma universidade para fomentar a criação de”

“O foco da Agência em empreendedorismo e inovação também se tornou ainda mais fortalecido com a criação e realização do primeiro Desafio Unicamp de Inovação Tecnológica competição inédita de desenvolvimento modelo de negócios voltada aos alunos de todo o país que tem como grande diferencial a utilização de tecnologias – patentes e programas de computador – protegidas pela Unicamp para estimular a formação de novos empreendimentos de base tecnológica. Ao longo de três meses, foram realizados workshops, palestras e mentorias para as equipes conseguirem elaborar seu modelo de negócios de maneira criativa e condizente com a realidade de mercado. Ao final da competição, a equipe vencedora foi premiada, estimulando ainda mais a participação e o engajamento dos alunos.” - P.6

CATEGORIA 4 – ARTICULAÇÃO DE POLÍTICAS E AÇÕES DIRIGIDAS PARA DESENVOLVIMENTO DE CAMPINAS E DO PAIS

Não há ações nesta categoria.

APÊNDICE I – Análise de Conteúdo Relatório de Atividades Inova Unicamp 2012

RELATÓRIO DE ATIVIDADES DE 2012

LIDERANÇA UNIVERSIDADE	LIDERANÇA INOVA UNICAMP
Reitor: Fernando Ferreira Costa	Diretoria Executiva: Roberto de Alencar Lotufo
Pró-Reitoria de Pesquisa: Ronaldo Aloise Pilli	Diretora de Transferência de Tecnologia e Propriedade Intelectual: Marcelo Menossi e Patricia T. Magalhães de Toledo

CATEGORIA 1 – PROMOÇÃO DE PARCERIAS PARA O FORTALECIMENTO DOS ALUNOS, PESQUISA E INOVAÇÃO

• Pelo segundo ano consecutivo a missão do Inova Unicamp é apresentada em destaque na terceira página do relatório de atividades com uma nova expressão até então não destacada: *empreendedorismo em benefício da sociedade*. Observamos que ao longo do relatório o termo é repetido, com um novo significado: formação do “Ecossistema empreendedor” de Campinas, que segundo a instituição ajuda a consolidar o empreendedorismo tecnológico da instituição e ela por sua vez a tornar o ecossistema mais ativo e rico de oportunidades. Desta forma, a partir de 2012 a simbiose do ecossistema de inovação de Campinas com a Inova Unicamp é explicitado.

“A realização de diversas atividades envolvendo os atores do ecossistema empreendedor de Campinas, como o Desafio Unicamp de inovação tecnológica, as disciplinas e o grupo de estudos de empreendedorismo também expressa a consolidação da área de empreendedorismo tecnológico na Unicamp, que tem como objetivo tornar nossa Universidade ainda mais empreendedora e, como consequência, o ecossistema em seu entorno ainda mais ativo e rico em oportunidades que possam contribuir a levar os resultados das pesquisas realizadas na Universidade para beneficiar a sociedade.” P.8

- A associação do fomento ao empreendedorismo à Inova Unicamp é apresentado de forma recorrente no relatório de atividades de 2012. Além da missão da agência, uma sessão do relatório está dedicada ao tema “Universidade Empreendedora”, que Segundo o conteúdo apresentado, retrata as iniciativas da agência de inovação da Unicamp no estímulo ao empreendedorismo de base tecnológica na Universidade e região. Um exemplo seria o Programa Inova Descobre

“Missão: Ampliar o impacto do ensino, pesquisa e extensão da Unicamp por meio do desenvolvimento de parcerias e iniciativas que estimulem a inovação e o empreendedorismo em benefício da sociedade”. P. 3

“Às equipes inscritas na competição – formadas por alunos da graduação e pós-graduação de todo o país – é oferecido treinamento na área de empreendedorismo tecnológico com o objetivo de capacitar os participantes para criação de modelos de negócio de alta

tecnologia. Além disso, as equipes receberam mentoria de pesquisadores e empresários.” P. 53

“O programa Inova Descobre foi lançado em agosto de 2012 com o intuito de dar continuidade ao apoio para a formação de empresas inovadoras, prioritariamente às finalistas do Desafio Unicamp de inovação tecnológica. O programa é voltado aos alunos – de graduação e pós-graduação da Unicamp – que queiram adquirir informações sobre como empreender um negócio de base tecnológica. Desta forma, o Inova Descobre busca apoiar ideias de novos negócios tecnológicos que estejam em estágio inicial, ou seja, que ainda não tenham originado uma empresa e que precisem de mais detalhamento sobre a proposta de valor, os produtos ou serviços que serão desenvolvidos, os clientes, entre outras informações cruciais para a criação e o sucesso de um novo empreendimento... e recebem apoio em propriedade intelectual e transferência de tecnologia, bem como orientação para análise de viabilidade de propostas de negócio. As equipes também recebem auxílio na captação de recursos e para o desenvolvimento de seus empreendimentos, com ênfase em prospecção de clientes, definição de estratégias, definição de modelo de negócios, cálculo de rentabilidades e formação de preço de venda.” P. 56

- A parceria Unicamp-Samsung coordenador pelo Inova Unicamp, reforça o sentido da agência que é criar conexões de valor entre o que se pesquisa na universidade e o que precisa ser pesquisado na indústria.

“Em novembro de 2012, a Unicamp firmou um convênio com a Samsung para o estabelecimento de um laboratório no Centro de Inovação em Software da Unicamp (Inovasoft) que abrigará projetos de pesquisa colaborativa entre a Universidade e a empresa. A parceria Unicamp-Samsung engloba três projetos de pesquisa para o desenvolvimento de plataformas computacionais móveis, que estão sob a coordenação dos professores do Instituto da Computação da Unicamp (IC) – Anderson de Rezende Rocha, Guido Araújo e Ricardo Dahab.” P. 67

- Parcerias internacionais como aquela com a Universidade de Cambridge indica a busca da Unicamp no desenvolvimento de programas de pesquisa colaborativo entre universidades, no campo da política e da prática do empreendedorismo. Por exemplo, o director do centro de ensino sobre empreendedorismo da Universidade de Cambridge ministrou uma série de palestras direcionadas a criação de novos negócios tecnológicos.

“A interação entre as duas instituições se fortaleceu, principalmente através execução de dois projetos aprovados com recursos do departamento britânico BIS UK e do Prosperity Fund do Ministério das Relações Exteriores do Reino Unido. Através desses projetos, foi realizado um conjunto de atividades, como visitas, palestras e cursos ministrados na Unicamp por pesquisadores vindos do Reino Unido e a ida de profissionais da Inova Unicamp à Cambridge Enterprise.” P. 70

CATEGORIA 2 – INCENTIVO E ACOMPANHAMENTO NO PROCESSO DE PATENTES

- Os marcos da Inova Unicamp estão sendo associados a práticas de gestão

"... O ano de 2012 tornou-se um novo marco na história da Agência de Inovação Inova Unicamp em função dos resultados expressivos que nos levaram a superar os números alcançados em 2011 e a estabelecer novos recordes em nossas diversas áreas de atuação. Compõe este cenário, 13 contratos de licenciamento de tecnologias, 107 comunicações de invenção recebidas, 73 pedidos de patentes depositados no INPI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial), 21 solicitações PCT (Patent Cooperation Treaty) e 29 pedidos de registros de Programas de Computador em 2012, resultados de maior expressão na gestão da inovação na Unicamp desde o depósito do primeiro pedido de patente para a Universidade em 1984...." P. 7

"Além dos resultados quantitativos, da consolidação de práticas mais maduras na gestão de nossas atividades, devemos destacar também os esforços de aperfeiçoamento constante do atendimento à comunidade acadêmica e às empresas interessadas em estabelecer parcerias de inovação com a Unicamp. No que tange ao atendimento à comunidade acadêmica, empregamos nossa experiência positiva em 2011 com o sistema de comunicação de invenção online – voltado para inventores da Unicamp que objetivam fazer um pedido de patente – e lançamos em 2012 um novo sistema voltado para o registro de programas de computador também online. Como resultado, obtivemos maior facilidade de interação com os inventores da Unicamp e, como consequência, aumentamos expressivamente o número de comunicações de invenção de 61 em 2010, para 107 em 2012, e o número de pedidos de registro de programa de computador de 13, em 2011, para 29 em 2012". P.9

CATEGORIA 3 – CAPACITAÇÃO E FORMAÇÃO DE PROFISSIONAIS PARA INOVAR EMPREENDER

- A expansão da rede de mentores, formado por profissionais mais experientes, para apoiar empreendedores menos experientes torna-se um espaço para formação e capacitação de profissionais da Unicamp e do ecossistema de *startups* Campinas.

"Neste ano a Inova Unicamp aumentou sua rede de mentores para 138 profissionais. A rede de mentores é um grupo formado por profissionais voluntários mais experientes, que atuam apoiando empreendedores menos experientes a começar um negócio. Para agradecer a participação deste grupo de apoio e estímulo ao empreendedorismo na Unicamp, a Agência de Inovação promoveu um almoço de confraternização no dia 7 de dezembro, que contou com a presença de 62 convidados. Além de agradecer a participação nas atividades de fomento ao empreendedorismo na Unicamp em 2012, o objetivo do evento foi promover o networking entre os convidados, atores essenciais para manter a rede fortalecida e cada vez mais engajada." P. 57

- Observa-se também que no ano de 2012 foi dada uma ênfase maior a conexão entre os atores do ecossistema, do estímulo ao networking, seja entre alunos, ex-alunos, professores, ex-professores, incubadas, ex-incubadas e investidores. Encontra-se a criação de mecanismos para mapear e institucionalizar estas relações, como a própria

criação do site “Empresas Filhas da Unicamp”.

“Os alunos, docentes e funcionários da Unicamp que desejam cadastrar sua empresa no site de empresas filhas devem acessar o link www.inova.unicamp.br/empreendedores/empresas-filhas/cadastrar. Ao realizar o cadastro no site, a empresa passa a fazer parte do grupo de empresas filhas da Unicamp e, assim, aumenta sua rede de networking e a visualização de pessoas externas à empresa e seus serviços.” P. 60

“O grupo de empresários ex-alunos da Unicamp – Unicamp Ventures – realizou no dia 4 de outubro de 2012 o VII Encontro Unicamp Ventures, que reuniu empresários, empreendedores, investidores e alunos interessados em empreendedorismo da região de Campinas. O evento ocorreu no Instituto Eldorado e promoveu debates, palestras, mostrou cases de sucessos e possibilitou a troca de networking, conhecimento e experiência.” P. 61

“Em 2012, o Conselho de Startups – iniciativa do grupo Unicamp Ventures em parceria com a IVP (Inova Ventures Participações S/A) e a Inova – passou por um processo de reestruturação com o intuito de aumentar o número de empresas participantes na iniciativa, que tem por objetivo desenvolver e acelerar startups na região de Campinas... O conselho é formado por executivos e empreendedores de sucesso, que estarão focados na alavancagem do desempenho das empresas aconselhadas. Em 2012, 32 conselheiros auxiliaram um total de 28 startups.” P. 61

- Pela primeira vez, é dado destaque ao tema “Educação empreendedora na Unicamp”: um dos tópicos do relatório de atividades detalha as disciplinas com foco no empreendedorismo, bem como explica a criação do grupo de estudos para acompanhar o curso “How to build a start-up, de Steve Blank, oferecido gratuitamente pela Udacity.

“A Inova Unicamp atua na formatação de modelos de capacitação em empreendedorismo com foco nos alunos da graduação e pós-graduação da Unicamp. Neste contexto, foram criadas as disciplinas de empreendedorismo, iniciativas que beneficiaram diretamente 399 alunos da Universidade em 2012.” P. 58

“Os participantes assistiram aos vídeos de cada tópico e discutiram os progressos dos projetos participantes em encontros que aconteceram semanalmente às sextas-feiras. Ao todo, foram realizados 10 encontros semanais com uma média de 18 presentes.” P. 59

CATEGORIA 4 – ARTICULAÇÃO DE POLÍTICAS E AÇÕES DIRIGIDAS PARA DESENVOLVIMENTO DE CAMPINAS E DO PAÍS

- A Inova Unicamp começa a se posicionar como líder na formação de outras universidades brasileiras quanto às práticas de fomento de propriedade intelectual e transferência de tecnologia, o que é o caso do Projeto InovaNIT.

“A Agência de Inovação Inova Unicamp foi responsável por um projeto pioneiro que

resultou na realização de 49 cursos voltados para questões referentes à propriedade intelectual, transferência de tecnologia, interação universidade-empresa, empreendedorismo, institucionalização e gestão de núcleos de inovação tecnológica. Essas ações foram realizadas no âmbito do projeto InovaNIT, fortalecendo a atuação da universidade no Sistema Nacional de Inovação”. P. 72

“O InovaNIT foi planejado em atendimento à uma solicitação da FINEP, com a finalidade de auxiliar as Instituições de Ciência e Tecnologia a cumprirem a exigência da Lei de Inovação (Lei No 10.973/2004), no que se refere à criação dos respectivos Núcleos de Inovação Tecnológica (NIT). O projeto teve como missão, o auxílio na estruturação e institucionalização de NIT, o intercâmbio e melhoria contínua da gestão da inovação por meio de capacitação teórica e prática de profissionais e estudantes, com base nas práticas bem sucedidas da Agência e de outras instituições do país e do exterior.”

Relação dos cursos oferecidos entre 2007-2012

- **ESTRUTURAÇÃO DE NÚCLEOS DE INOVAÇÃO TECNOLÓGICA** – 11 edições presenciais, realizados nas cinco regiões do país – parceria com o FORTEC; e 2 no formato de educação a distância
- **PROPRIEDADE INTELECTUAL PARA GESTORES DE TECNOLOGIA** – ciclo de treinamentos do INPI, formado pelos cursos Básico, Intermediário e Avançado. Foram ofertados três ciclos completos
- **OFICINA DE REDAÇÃO DE PATENTES** – INPI – 03 edições (Rio de Janeiro e dois em Campinas)
- **PRÁTICAS ORIENTADAS DE EXPERIÊNCIAS DA INOVA** – 06 edições, com temas diferentes
- **PROPRIEDADE INTELECTUAL E BUSCA EM BASES DE PATENTES** – 07 edições – no formato de Educação a Distância. Parceria com o Sistema de Bibliotecas da Unicamp (SBU)
- **LES FUNDAMENTALS** – ciclo de treinamento da associação LES Brasil (Licensing Executives Society) – LES Fundamentals 101, LES Fundamentals 102 e LES Fundamentals 103
- **BÁSICO EM REDAÇÃO DE PATENTES** – 02 edições, no formato de Educação a Distância
- **TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA PARA GESTORES DE NIT** – experiências internacionais – 02 edições; da Universidade da Georgia (EUA) e da Universidade Hebraica de Israel
- **GESTÃO ESTRATÉGICA DE NÚCLEOS DE INOVAÇÃO TECNOLÓGICA** – 03 edições. Curso formatado e ofertado em parceria com o Departamento de Política Científica e Tecnológica (DPCT) da Unicamp.
- **NEGOCIAÇÃO DE PROJETOS E CONTRATOS DE LICENCIAMENTO** – 01 edição

Figura - Página 73.

APÊNDICE J – Análise de Conteúdo Relatório de Atividades Inova Unicamp 2013

RELATÓRIO DE ATIVIDADES DE 2013

LIDERANÇA UNIVERSIDADE	LIDERANÇA INOVA UNICAMP
Reitor: José Tadeu Jorge	Diretoria Executiva: Roberto de Alencar Lotufo
Pró-Reitoria de Pesquisa: Gláucia Maria Pastore	Diretor de Parcerias e Projetos Colaborativos Prof. João Marcos Travassos Romano
	Diretora de Propriedade Intelectual Dra. Patrícia Franco Leal Gestic
	Diretor do Parque Científico e Tecnológico da Unicamp Dr. Eduardo Gurgel do Amaral

CATEGORIA 1 – PROMOÇÃO DE PARCERIAS PARA O FORTALECIMENTO DOS ALUNOS, PESQUISA E INOVAÇÃO

• O ano de 2013 foi marcado pela troca de liderança na reitoria da Unicamp e na Inova foi criada a diretoria de Parcerias e Projeto Colaborativos e uma outra chamada de Parque Científico e Tecnológico da Unicamp. A institucionalização da importância das parcerias e projetos colaborativos durou 1 ano, já que no relatório de 2014 a diretoria foi extinguida, mantendo apenas a de Parque Científico e Tecnológico. De qualquer forma, no discurso do relatório de atividades de 2013, a qualidade dos profissionais formados pela Unicamp depende das parcerias com as empresas, já que estes profissionais dependem das mesmas para criar inovações tecnológicas. É explícita a visão da Unicamp da importância do fomento a simbiose “formação profissional de qualidade” e “inovação tecnológica em empresas”, tanto que a partir do ano de 2013 os relatórios de atividade passam a ter uma sessão chamada de “Apoio a empresa Inovadora”, que mostram casos e iniciativas da Inova apoiando tanto empresas-filha da Unicamp quanto empresas externas dispostas a investir em projetos ou tecnologias da universidade. A palavra inovação passa a ser valor e pilar central do papel da InovaUnicamp no estabelecimento do ecossistema de inovação.

“ O principal papel da universidade é formar profissionais que, uma vez na empresa, desenvolverão a inovação tecnológica. E para formar profissionais de qualidade é importante estabelecer parcerias, porque isso favorece a formação dos alunos.” P.9

- O ano de 2013 pode-se dizer como o ano da consolidação das parcerias. Tanto o título da parceria Samsung (“UNICAMP-SAMSUNG: BONS RESULTADOS E AMPLIAÇÃO”) quanto a da Le Novo (“PARCERIA LENOVO-UNICAMP: MAIOR INVESTIMENTO EM P&D FEITO POR UMA EMPRESA NA HISTÓRIA DA UNIVERSIDADE”) mostram sua importância para a InovaUnicamp, seja no aspecto financeiro para a criação de novos espaços físicos na universidade quanto no aspecto de desenvolvimento de pesquisadores e docentes envolvidos nos projetos.

“Em 2013, resultados expressivos foram alcançados para a consolidação de parcerias em pesquisa e desenvolvimento no âmbito do Parque Científico e Tecnológico da Unicamp. Os destaques foram: a aprovação de projeto junto à Finep para a construção de um novo prédio no Parque, a estruturação da parceria com a empresa Lenovo e a ampliação da parceria com a empresa Samsung. P.59

- A própria conquista das parcerias é atribuída a colaboração entre os diversos atores da universidade, a capacidade técnica do corpo docente nas áreas de interesse da empresa e apoio de programas governamentais.

“O Centro de P&D da Lenovo será hospedado inicialmente no prédio do Centro de Inovação. A empresa deverá investir US\$ 100 milhões em P&D nos próximos cinco anos, o que constitui o maior aporte feito por uma empresa em projetos de parceria com a Unicamp. A negociação contou com a participação ativa da reitoria e o envolvimento direto da Agência da Inovação Inova Unicamp, responsável pela gestão do Parque Científico e Tecnológico. A Prefeitura de Campinas, a Fapesp e o Governo Estadual, por meio da Investe São Paulo, a Agência Paulista de Investimentos e Competitividade, também tiveram papel fundamental na tomada de decisão da empresa. Além da Inova e da reitoria, docentes do Instituto de Computação (IC) e da Faculdade de Engenharia Elétrica e Computação (FEEC) da Unicamp foram envolvidos desde o início da negociação com o intuito de demonstrar a capacidade técnica da universidade nas áreas de interesse da empresa. Alinhado ao programa TI Maior do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI), a parceria também trará recursos complementares para bolsas de pesquisa, de mestrado e doutorado no escopo da colaboração.” P.60

“A parceria firmada em 2012 entre a Unicamp e a Samsung foi ampliada e fortaleceu-se ainda mais com a expansão dos projetos colaborativos em pesquisa e desenvolvimento. Até dezembro de 2013, a Samsung realizava cinco projetos com o Instituto da Computação (IC) e dois em conjunto com o IC e a Faculdade de Engenharia Elétrica e de Computação (FEEC). No total, há 12 professores envolvidos na parceria, sendo três deles participantes de mais de um projeto. A parceria conta com um total de 34 alunos desses dois institutos.” P. 61

- Além de prover recursos capacitados para os temas de interesse das empresas, a agência coloca como segundo diferencial a capacidade da InovaUnicamp em formatar e gerir projetos.

“A parceria possui um diferencial, já que inclui a provisão de equipe dentro da Universidade para gestão administrativa dos projetos. Além disso, conta com todo o apoio e intermediação da Inova na formatação dos projetos, sendo um exemplo bem-sucedido desse modelo...” P. 62

- Além do termo “colaboração” ser mais utilizado no relatório de 2013, palavras que antes não eram apresentadas, passam a ganhar destaque, como por exemplo, a criatividade. Neste caso, ela é utilizada como principal objetivo da reforma do laboratório, já que na visão do InovaUnicamp a criatividade proveniente da troca de experiências e visões colaboram para a geração de novas tecnologias.

“... Em agosto de 2013, a empresa reinaugurou o laboratório que está alocado no prédio do Inovasoftware, dentro da própria Unicamp, com o objetivo de estimular ainda mais a criatividade

dos pesquisadores e estabelecer um ambiente agradável e confortável para a realização das pesquisas. A motivação para reformar o laboratório foi criar um ambiente ainda mais propício à pesquisa e inovação. A novidade visou aguçar a criatividade dos alunos e professores, e viabilizar um convívio em que a troca de experiências e visões vão colaborar para a geração das tecnologias do futuro...” P. 62

- Ocupação ou instalação no Parque Científico são ofertados, no que o relatório chama de “apoio a empresa inovadora”.

“Empresas com projetos de pesquisa colaborativos com a Unicamp podem se instalar no Parque Científico de duas maneiras. A instalação pode se dar em uma área já construída ou por meio de construção de prédio próprio. Atualmente, há três prédios já construídos voltados para instalar os projetos de cooperação universidade-empresa no Parque: o Invasoft, o Centro de Inovação e Incubadora, e o Laboratório de Inovação em Biocombustíveis (LIB).” P.63

- Incamp

“Outro indicador importante é o que diz respeito aos recursos captados junto a fontes de fomento para desenvolvimento de projetos de P&D. No ano de 2013 o volume de recursos aprovados é de mais de R\$ 2 milhões”. P. 66

“O processo de seleção para ingresso na Incamp compreende três etapas: 1) avaliação do projeto por parte da equipe de gestão da Incamp, especialistas de mercado ou professores da Unicamp; 2) entrevista com os candidatos; e 3) divulgação final dos resultados. Empresas interessadas podem acompanhar a abertura dos próximos editais através do site: www.incamp.unicamp.br.” P. 67

CATEGORIA 2 –INCENTIVO E ACOMPANHAMENTO NO PROCESSO DE PATENTES

- A criação do Programa Líder de Inovação é mais um processo criado na busca expressa constante de acelerar o processo de comunicação entre os docentes e o Inova Unicamp.

“O programa líder de Inovação é uma iniciativa da Inova Unicamp que tem por objetivo intensificar a comunicação entre a Inova e os Institutos e Faculdades da Unicamp. No programa, a facilitação da comunicação se dá por meio do Líder de Inovação, que é um docente, conhecedor das atividades relacionadas à gestão da inovação na Unicamp e com intenso contato com a Agência de Inovação. O intuito é que este professor seja periodicamente informado sobre as novidades da área e atue como difusor dessas informações junto a seu instituto ou faculdade, facilitando o contato entre os docentes e a Agência de Inovação.” p.57

- Reuniões entre a diretoria da Inova e os docentes e pesquisadores foram agendadas para aumentar o envolvimento e estímulo a inovação, o que segundo o relatório, tratava de uma ação de “estímulo a cultura da inovação” na Universidade. Desde 2011 há uma consciência expressa nos relatórios quanto a importância de se criar uma cultura da inovação na universidade por meio do fortalecimento dos vínculos do

InovaUnicamp com os institutos. O próprio título da sessão resume esta ideia: “Reuniões de diretoria: fortalecimento da inovação nas unidades da Unicamp.

“... objetivam criar um ambiente de aproximação entre a Inova e diversas unidades da Unicamp, bem como estimular a cultura de inovação na Universidade.” P. 45

- A edição de 2013 do relatório de atividades dá destaque a casos de Licenciamento de Tecnologias (título de uma das sessões). O relatório descreveu casos de sucesso ao longo de 23 páginas com depoimentos de professores quanto a importância da InovaUnicamp em realizar a ponte entre eles e as empresas interessadas em investir no licenciamento da patente.

“A Inova teve papel fundamental tanto no registro da patente como no licenciamento, uma vez que nos colocou em contato com a empresa interessada e realizou todos os trâmites necessários para o licenciamento”, afirma o professor Flávio. Para a empresa, o licenciamento da tecnologia proveniente da Unicamp foi benéfico. “Temos interesse comercial em produtos da área odontológica desenvolvida com o conhecimento dos pesquisadores dessa universidade. P. 33

CATEGORIA 3 – CAPACITAÇÃO E FORMAÇÃO DE PROFISSIONAIS PARA INOVAR E EMPREENDER

- A parceria com a universidade de Cambridge no Reino Unido iniciou-se em 2011 quando o departamento de ciência e inovação do Reino Unido, com o apoio do consulado britânico no Brasil, buscou universidades de ponta no Brasil para estabelecer parcerias em ciência e inovação. O termo “renomada” foi utilizado para caracterizar as universidades escolhidas, dentre elas a Unicamp, pela instituição estrangeira com o objetivo de fortalecer a troca de experiências e conhecimento. Podemos considerar um marco o início desta colaboração, que se estendeu em dois projetos executados pela Unicamp e a Cambridge Enterprise e financiados pelo departamento britânico de ciência e inovação e *Prosperity Found*, do Ministério das Relações Exteriores do Reino Unido.

O projeto “Global Partnership Project” visou promover inovação e criação de novos negócios no Brasil, tendo o Inova como modelo segundo o relatório. E além disso, pretendia-se estimular a colaboração em pesquisas entre as duas universidades. E o projeto *Intellectual Property Commercialization* pretendia investigar as barreiras à comercialização da propriedade intelectual no Brasil.

Além do reconhecimento internacional e aprendizado expressos no relatório de atividades de 2013, esta parceria trouxe alguns conceitos internacionais ao vocabulário e contexto de atuação da Inova, como por exemplo, cluster, ecossistema de inovação, comercialização de propriedade intelectual (e não patente) e “colaboração”, que além de estar no nome de uma diretoria criada em 2013, foi expresso mais vezes se comparado aos demais anos.

“O objetivo inicial do projeto foi criar uma parceria de longo prazo entre dois importantes clusters de inovação visando fortalecer a troca de experiências e de conhecimento”. P. 53

- Ambos os projetos atuaram no desenvolvimento de cursos para professores e alunos com o objetivo de disseminar novas práticas de educação para o empreendedorismo, estimulando a criatividade e colaboração nos alunos, além de explicar o processo de comercialização e validação das tecnologias. Os cursos ministrados por professores e profissionais da Cambridge Enterprise foram: Faculty Entrepreneurship Course e Doctoral IP. Além disso, foi aplicado um workshop com a metodologia criada pela que visa estimular novos projetos de pesquisas em colaboração universidade-empresa. Chamado de “Workshop de Projetos Colaborativos”, esta iniciativa marca um novo valor incorporado a cultura da Inova: colaboração. Tal pilar passou a ser reiterado nas iniciativas descritas no relatório de atividades de 2013: o layout das novas salas da parceria com a Samsung com objetivo de estímulo a colaboração e criatividade, o programa Líder e Inovação Inova que estimula a comunicação das novidades Inova junto aos institutos por meio de um professor para promover a colaboração, os treinamentos da Cambridge Enterprise para estimular a colaboração entre os alunos, a terceira edição do Desafio Unicamp de Inovação Tecnológica cujo diferencial é o treinamento e mentoria (empresarial e acadêmica) realizada de maneira voluntária e colaborativa para estimular a criação de modelos de negócios de base tecnológica a partir da propriedade intelectual da Unicamp.

“As iniciativas realizadas em 2013 se concentraram em dois eixos principais: (1) na disseminação de novas práticas de comercialização de propriedade intelectual e empreendedorismo e (2) no desenvolvimento de programas para estimular a interação universidade-empresa.” P. 53

- Os treinamentos de comercialização de propriedade intelectual e interação universidade-escola, fruto da parceria com a Cambridge Enterprise, trouxe novos treinamentos com temas e palestrantes internacionais as iniciativas da Unicamp, como o Workshop de Modelos de Negócios e Metodologias Lean e o Workshop Internacional de Empreendedorismo ministrados para os participantes do Desafio de Inovação Tecnológica Unicamp 201. Como prêmio do desafio foi concedido bolsa para o curso no exterior RedEmpreendia nos empreendedores: aprendendo a empreender e curso de BlackBelt pela EDTI. Nota-se com estas iniciativas a incorporação de técnicas internacionais ao repertório de boas práticas da Inova e a valorização da educação empreendedora ao ecossistema de inovação de Campinas e nacional.

“... aconteceu o principal evento de capacitação, o Workshop de Geração de Modelo de Negócios e Metodologia Lean Startup. Outro evento de destaque em 2013 foi o Workshop Internacional de Empreendedorismo, ministrado por Stephen Fleming, vice-presidente e diretor executivo do Instituto de Inovação e Empreendedorismo (Enterprise Innovation Institute) da Georgia Tech, que aconteceu em maio.” P. 47

- A capacitação de uma rede empreendedora envolvendo profissionais de outros estados brasileiros para a criação de de negócios de base tecnológica utilizando treinamento e mentoria como diferenciais para as equipes inscritas. E que em sua terceira edição contou com o financiamento do CNPq e CAPES, além do apoio de diversas empresas de atuação nacional e internacional, bem como associações, prefeitura e outros órgãos governamentais. Desta forma, a Terceira edição do Desafio Unicamp de Inovação tecnológica expande suas fronteiras de atuação no âmbito da criação de um

ecossistema de inovação. A apoio de diversos atores (empresas, associações e governo) ao Desafio de iniciativa da Inova evidencia o renome construído pela instituição – termo cunhado pela primeira vez no relatório de 2013.

“O Desafio Unicamp de Inovação Tecnológica é uma iniciativa da Agência de Inovação Inova Unicamp e em 2013 contou com o financiamento do CNPq e CAPES e apoio de diversas instituições, como as patrocinadoras Cielo, EDTI, LD Soft, Banco do Brasil, Clarke, Modet & Co, Cristália e RedEmprendia e os apoiadores Anjos do Brasil, Associação Campinas Startups, Núcleo das Empresas Juniores, Fundo Pitanga, EPM Jr. Unifesp, Ciesp, Prefeitura Municipal de Campinas, Liga Empreendedora, Endeavor, Eureka, Sebrae e DikaJob.” P. 47

CATEGORIA 4 – ARTICULAÇÃO DE POLÍTICAS E AÇÕES DIRIGIDAS PARA DESENVOLVIMENTO DE CAMPINAS E DO PAÍS

- A visão do InovaUnicamp, até então não apresentado nos relatórios de atividades, coloca como objetivo o protagonismo do InovaUnicamp na formação do ecossistema de inovação não apenas no âmbito de Campinas, mas em nível nacional e reconhecimento internacional.

“Ser líder na promoção do ecossistema de inovação e empreendedorismo no âmbito regional e nacional, e com reconhecimento internacional.” P. 68

APÊNDICE K – Análise de Conteúdo Relatório de Atividades Inova Unicamp 2014

RELATÓRIO DE ATIVIDADES DE 2014

LIDERANÇA UNIVERSIDADE	LIDERANÇA INOVA UNICAMP
Reitor: José Tadeu Jorge	Diretoria Executiva: Milton Mori
Pró-Reitoria de Pesquisa: Gláucia Maria Pastore	Diretoria de Propriedade Intelectual: Dra. Patrícia Franco Leal Gestic
	Diretor do Parque Científico e Tecnológico da Unicamp Dr. Eduardo Gurgel do Amaral

CATEGORIA 1 – PROMOÇÃO DE PARCERIAS PARA O FORTALECIMENTO DOS ALUNOS, PESQUISA E INOVAÇÃO

• Em 2014 o relatório cita que a Inova fez prospecção ativa de 110 empresas para firmarem parcerias através da transferência de tecnologia (aquisição, por meio de licenciamento, de tecnologias já desenvolvidas pela Unicamp) ou estabelecimento de convênio de P&D (focado em formar pesquisadores de alto nível nas áreas de interesse de pesquisa da empresa). O estabelecimento de convênios de P&D ganhou mais destaque no relatório, tanto na descrição das parcerias, quanto no apontamento das unidades que receberam aporte de convênio, totalizando em 2014 cerca de R\$ 31 milhões de reais.

“A Padtec é uma empresa que desenvolve, comercializa, produz e implanta produtos que utilizam a tecnologia de comunicações ópticas. A partir dos resultados obtidos, a Padtec tem intensão de renovar o convênio e manter a interação de P&D com a universidade.” p. 14

“Essa é a primeira parceria da L’Oréal com a Unicamp e uma das primeiras parcerias de P&D da L’Oréal no Brasil, o que demonstra o enorme potencial do Brasil no setor de cosméticos. Para a L’Oréal, as parcerias com universidades brasileiras são muito importantes para trazer tecnologias inovadoras que atendam às necessidades da consumidora brasileira. Fabiana Munhoz, Departamento de P&D da L’oreal” P. 17

- A Natura, cita a importância do convênio de P&D não apenas para a criação de valor, mas para a contribuição na consolidação de uma cultura da inovação e impacto no Sistema Nacional de Inovação na qual a Natura e Unicamp fazem parte. Desta forma, a colaboração e atuação conjunta entre as duas instituições possui uma visão de contribuição em nível nacional, já que a criação de um Sistema Nacional de Inovação maduro contribui para o desenvolvimento local, por meio da integração do Estado com políticas públicas, universidades criando e disseminando conhecimento e empresas investindo na transformação do conhecimento em produto (Santos&Botelho&Silva, 2006).

• E o pilar da colaboração entre universidade e empresa é mais uma vez citado, elencando benefícios mútuos como: agregar valor a empresa que passam a fornecer produtos de melhor qualidade, e de outro, trazem mais recursos à área acadêmica afim de potencializar iniciativas de pesquisa e contribuir na formação do aluno. A visão dos ganhos para a Universidade nesta troca com empresas é reforçada nos relatórios de atividades desde a sua formação. No relatório de 2014 foi colocado o ganho para as empresas nessa relação: potencializar o valor do produto estreitando os laços com o setor acadêmico. Segundo relato do diretor de Inovação da BASF e destacado no relatório, o objetivo da parceria para a empresa seria a ampliação do conhecimento em novas áreas e trazer soluções com maior velocidade e qualidade para atender rapidamente as demandas dos clientes com produtos e serviços inovadores de alto valor agregado. Nesta afirmativa observa-se o quanto a Unicamp é vista como centro de excelência e inovação em tecnologia no Brasil, tornando-se um pool de recursos e atalho para as organizações parceiras gerarem valor e tecnologia em pouco espaço de tempo.

“A Unicamp firmou 29 convênios de P&D em 2014. A Inova Unicamp intermediou oito dessas parcerias, sendo algumas delas extremamente complexas por envolverem muitas instituições. Os acordos foram selados com a Basf, Natura, PadTec, Ericsson, Hitachi, PSA Peugeot Citroën do Brasil e L’Oréal. E há ainda outras empresas em processo de negociação com a Agência de Inovação Inova Unicamp, com o intuito de estreitar laços com o setor acadêmico e potencializar o valor de seu produto.” P. 12

- Uma das divisões do relatório de atividades de 2014 reforça mais uma vez o incentivo da Inova a empresa Inovadora, intitulado de “Inova Unicamp no apoio a empresa inovadora”, a sessão expõe a preocupação da agência em ser vista como uma universidade empreendedora, que cria e apoia suas “empresas-filha” e por consequência consolida um ecossistema favorável ao redor da Unicamp – todas motivadas pelo “berço da ciência, tecnologia e inovação que ali se formou e a força econômica e industrial da região combinado a localização geográfica estratégica” segundo o relatório. E pela primeira vez o relatório expõe depoimentos de seus ex-alunos e atuais empreendedores, dando ênfase a fala destacada de Rosana Jamal Fernandes, presidente da Unicamp Ventures (rede de relacionamento de empreendedores que possuem algum vínculo com a Unicamp): *“Acredito que temos que olhar com lupa o perfil das empresas-filhas e montar um plano de ação que use toda a potencialidade dessa rede para proporcionar a cooperação entre as empresas-nascentes, as já estruturadas e a própria universidade”*.

“Um dos fatores para que as empresas-filhas permaneçam na região é a manutenção do vínculo com a Unicamp, seja para pesquisa ou para captação de mão de obra qualificada. A universidade tem também papel de atração de outras empresas, muitas das quais são clientes das empresas-filhas. A Unicamp fortalece assim, seu papel na geração de desenvolvimento não só regional, como também nacional. Somos uma universidade prestes a completar cinquenta anos. Esse levantamento demonstra números grandiosos. Quanto mais empresas-filhas se formam, mais empregos são criados, impactando na geração de riquezas e com fortes impactos na qualidade de vida da população, afirma o diretor-executivo da Inova Unicamp, Milton Mori.” p. 44

- O objetivo de consolidar a Unicamp como universidade empreendedora é explícito na fala do director executivo do Inova Unicamp Milton Mori: *“Nosso objetivo é consolidar ainda mais essa imagem da Unicamp como uma universidade empreendedora”*.
- relatório de atividades de 2014, dá destaque ao levantamento realizado sobre o perfil das empresas-filhas da Unicamp, que segundo ele todas as empresas teve faturamento anual de estimado em 2014 em mais de R\$ 2 bilhões. Desta forma, o relatório de 2014 enfoca nos dados do ecossistema que as iniciativas da Inova, ao longo de anos, ajudaram a se formar, chamado pela Inova de “ecossistema favorável que se consolida ao redor da Unicamp” p. 44.

Classificação do negócio (empresas-filha da Unicamp)

Micro empresas	68%
Pequenas empresas	17%
Médias empresas	8%
Médias-grandes	1%
Grandes empresas	2%*

*somam, sozinhas, mais de R\$ 1,5 bilhão de faturamento.

Áreas em que estão inseridas (empresas-filha da Unicamp)

Tecnologia da Informação	27,3 %
Consultoria	16,3 %
Engenharia	10,6 %
Alimentos e bebidas	5,4 %
Energia	4,9 %

- Os depoimentos dos fundadores das empresas-filha da Unicamp destacados no relatório expõem a importância do desenvolvimento de competências técnicas somadas a competências empreendedoras através da prática de trabalho e troca com as “empresas inovadoras” – termo dado pela Inova em seus relatórios aquelas empresas que investem em parcerias de pesquisa na universidade ou que são fundadas por alunos e ex-alunos.

“... me ajudou muito a aprender como administrar uma empresa, como liderar pessoas, como desenvolver um produto, como se relacionar com clientes. Hoje, com a Movile, creio que estar perto da Unicamp é estar perto de um ecossistema que fomenta o empreendedorismo e a inovação, além – é claro – de nos colocar perto dos melhores profissionais de tecnologia no mercado. Fabricio Bloisi, CEO Movile”. P. 46

- Para um ex-aluno, fundador de uma empresa de R\$ 35 milhões, todo o ecossistema ativo da Unicamp, composto por aceleradoras, incubadoras e outras empresas com foco em inovação, além do ensino e capacitação, estimula os alunos a empreender, em vez de “seguir a carreira tradicional”.

“Empreender para mim sempre foi uma vontade. Nunca quis seguir carreira tradicional. E

a melhor época para fazer isso é quando se é jovem. A universidade, em especial a Unicamp, é um ambiente bastante propício para nos fazer abrir a mente. O fato de estar perto de vários cursos ajuda bastante. E, mais do que isso, há todo um ecossistema ativo, principalmente nos últimos dois ou três anos, que rodeia a universidade. São aceleradoras, incubadoras, outras empresas. A Unicamp faz um papel ímpar não só de ensino e capacitação, como também no que diz respeito à aglutinação dessas iniciativas.” p.46

CATEGORIA 2 –INCENTIVO E ACOMPANHAMENTO NO PROCESSO DE PATENTES

- A sessão “Licenciamentos de tecnologias em 2014” apresentou em 18 páginas as descrições das tecnologias desenvolvidas e depoimentos com a visão das empresas licenciadas. A Inova apresentou-se, por meio de depoimentos, como ponte entre as pesquisas realizadas na Unicamp e possíveis empresas interessadas em investir nas tecnologias por meio de apoio jurídico no contrato de licenciamento:

“... “A Inova auxiliou oferecendo suporte técnico e jurídico para a confecção do pedido de patente. Adicionalmente, a Inova intermediou solicitações e conduziu negociações envolvendo o licenciamento da tecnologia”, explica o Professor De Martino. Rafael Augusto Peressinoto, da ShowCase PRO, comenta que o auxílio da Inova foi importante para viabilizar o licenciamento da tecnologia. “A Inova cuidou de todos os trâmites legais e administrativos para o licenciamento. A interação foi bem transparente e descomplicada”, completa....”p.22

“Maugeri comenta que o licenciado demonstrou interesse pela tecnologia e, por isso, consultou a Agência de Inovação Inova Unicamp, que propiciou o licenciamento do processo. “A Inova estabeleceu as bases do contrato de licenciamento e participou das negociações que resultaram no licenciamento da tecnologia”. p. 28

- Os prêmios criados e implementados pela Inova apresentam-se como importantes no incentivo a inovação pois reconhecem, valorizam e homenageiam alunos e docentes que desenvolvem pesquisas com maior potencial de geração de produtos inovadores, o que é o caso do Prêmio Inova Unicamp de Iniciação Científica a Inovação. O evento é uma oportunidade que a Inova tem de incentivar alunos a se inserirem no ecossistema de empreendedorismo e inovação da região e apresentar-se como principal meio e incentivadora para tal caminho.

“Nesta sétima edição do Prêmio Inova, seis alunos premiados receberam certificados e bonificação no valor de R\$ 3 mil cada, além de serem presenteados com um kit da Agência de Inovação Inova Unicamp. Os professores orientadores também foram homenageados no evento e receberam certificados. Os prêmios foram entregues pelo diretor-executivo da Inova Milton Mori, que destacou, durante a solenidade, a importância da iniciação científica e do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação em Desenvolvimento Tecnológico e Inovação (PIBITI) para os jovens que pretendem seguir carreira em inovação tecnológica.” p. 65

“A Inova está à disposição de vocês e é importante que vocês conheçam nossas iniciativas e tudo o que temos para oferecer, em termos de inovação e empreendedorismo”. P. 63

- Prêmio Inventores Unicamp é descrito nos relatórios de atividades como uma forma de homenagear pesquisadores e docentes envolvidos em atividades de transferência tecnológica da Unicamp. Em 2014 foi o primeiro ano que alunos e ex-alunos receberam menção honrosa, e também uma nova categoria foi inserida “Destaque de Proteção a Propriedade Intelectual” voltada a homenagear unidades da Unicamp que apresentam maior envolvimento na cultura da propriedade intelectual e de inovação. O indicador para a premiação foi do número de patentes geradas versus número de docentes e pesquisadores.
- As categorias criadas no Prêmio Inventores Unicamp ao longo dos anos apresentam os valores da Inova:

Categorias do Prêmio Inventores Unicamp

2009

Prêmio destaque em Proteção a Propriedade Intelectual

Prêmio destaque pelo histórico de proteção da Propriedade Intelectual

Menção Honrosa por tecnologia licenciada

2010

Tecnologia absorvida pelo mercado (premia docentes com tecnologia licenciada já disponível no mercado, que completam o ciclo de transferência)

Tecnologia Licenciada (premia docentes com tecnologia licenciada)

Destaque na proteção a propriedade intelectual (premia a unidade)

2011 (ano que foi criado um portal para o prêmio, para preservar a memória)

Tecnologia absorvida pelo mercado

Tecnologia Licenciada

Destaque na proteção a propriedade intelectual

2012

Tecnologia absorvida pelo mercado

Tecnologia Licenciada

Destaque na proteção a propriedade intelectual

2013

“Patentes Concedidas” (pesquisadores com patentes no Brasil e no exterior)

Tecnologia Licenciada

Destaque na proteção a propriedade intelectual

2014

Patente Concedida

Tecnologia absorvida pelo mercado

Tecnologia Licenciada

•

CATEGORIA 3 – CAPACITAÇÃO E FORMAÇÃO DE PROFISSIONAIS PARA INOVAR EMPREENDER

• O Desafio Unicamp 2014, da mesma forma que em 2013, ofertou capacitações para os inscritos em temas focados em inovação em modelos de negócios criados no exterior, na seguinte ordem: 1. Workshop de BMC (Business Model Canvas), 2. Workshop internacional de empreendedorismo (palestrante Georgia Tech), 3. Mentoria acadêmica e empresarial; 3. Coaching individual do Canvas de profissional americano para os 10 melhores grupos, 4. treinamento de pitch (termo utilizado para apresentações curtas com o objetivo de conquistar investimento para o negócio). O prêmio, além de reconhecimento, teve ganho financeiro e cursos como o Green Belt da EDTI e troca de experiências interculturais pela iniciativa RedEmprendia. O público do desafio continuou sendo o de alunos de graduação e pós-graduação em um nível nacional.

“A competição contou com a participação de alunos da graduação e pós-graduação da Unicamp, bem como interessados em empreendedorismo de 25 instituições de ensino localizadas em cinco estados: São Paulo, Minas Gerais, Paraná, Rio Grande do Sul e Santa Catarina.” P. 66

• Em 2014 uma nova competição foi criada para incentivar o empreendedorismo. Diferentemente do Desafio Unicamp, cujo foco são aluno e graduação e pós no Brasil, o programa Inova Jovem, teve como público-alvo estudantes do ensino médio e técnico com o viés de despertar o desejo por empreender, para isso ofertou treinamento em empreendedorismo e mentoria empresarial para desenvolver modelos de negócios.

Com o objetivo de despertar nos estudantes do ensino médio e técnico o empreendedorismo como opção de carreira, a primeira edição do Programa Inova Jovem, competição voltada aos alunos do Colégio Técnico de Campinas (Cotuca) e o Colégio Técnico de Limeira (Cotil), foi realizada no segundo semestre de 2014 e contou com a inscrição de 49 projetos de 151 alunos.” P. 70

• A valorização da integração dos alunos com a realidade de empresas inovadoras, destacada nos relatórios de atividades da Inova, foi reforçada com a apresentação da Bolsa PIBIC,

iniciativa do CNPq para que os alunos atuem na agência Inova e empresas incubadas por meio do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação e Desenvolvimento Tecnológico (PIBIT). Esta ação reforça a integração das iniciativas do governo, alinhados com a universidade e empresas com foco em inovação para o desenvolvimento local e nacional.

“As bolsas PIBITI são uma oportunidade para alunos se capacitarem em inovação e empreendedorismo, pois são voltadas para projetos de desenvolvimento tecnológico ou de inovação, e que podem ser colaboração com empresas.” P. 76

CATEGORIA 4 – ARTICULAÇÃO DE POLÍTICAS E AÇÕES DIRIGIDAS PARA DESENVOLVIMENTO DE CAMPINAS E DO PAÍS

- As ações dirigidas no âmbito do desenvolvimento de Campinas e país são chamadas, no relatório de atividades de 2014, de “Relacionamento institucional: Parcerias Nacionais e Internacionais”. Esta sessão apresenta as ações lideradas pela Inova Unicamp que promovem o desenvolvimento do país por meio da criação de redes nacionais e internacionais para o apoio na transferência de tecnologia e de proteção de propriedade intelectual. A primeira iniciativa com foco em rede, descrita no relatório, foi o Booster-e da REDEMPRENDIA (rede formada por universidades Ibero-americanas), que viabiliza a realização de estágios entre os membros as universidades parceiras e também o programa Landing que viabiliza a internacionalização de pequenas e médias empresas originadas dessa rede de universidades. A rede incentiva que as universidades da rede tornem-se ainda mais empreendedoras por meio da ajuda mútua. A segunda iniciativa citada foi a Rede Inova São Paulo, liderada pela Inova, que busca reunir NITs do Estado de São Paulo com a função de intensificar as relações e fortalecer a cooperação. A intenção de “normalizar as metodologias de proteção e transferência de tecnologias” indica que o campo estava em fase de pré-institucionalização, formalizando procedimentos e criando “comportamentos-padrão na resolução de problemas. Com isso, a aprovação do projeto Inova Capacita pelo CNPq para a oferta de capacitações para os Núcleos de Inovação Tecnológica (NITs) representa o início da mimetização de práticas otimização dos processos de licenciamento e comercialização do conhecimento para empresas interessadas, pertencentes ao ecossistema de inovação. E por último o Projeto Helpdesk em parceria da Inova com a Universidade Alicante na Espanha, a agência passa a atender pequenas e médias empresas da União Européia com dúvidas quanto as questões de propriedade intelectual, patentes, empreendedorismo e transferência de tecnologia no Mercosul e Chile. A Inova, com isso, torna-se referência para a União Européia no tema.

“... sua missão principal é capacitar os membros dos NITs participantes, através da troca de experiências e oferecimento de cursos de treinamento, bem como normalizar as metodologias de proteção e transferência de tecnologias para otimizar os processos de licenciamento e comercialização do conhecimento para empresas interessadas.” p. 84

- Foi realizada uma pesquisa realizada pela Universidade de Cambridge sobre como os NITs (Núcleos de Inovação Tecnológica) no Brasil vêm seus ambientes por meio de dados qualitativos sob o ponto de vista de apoio para as atividades de transferência de

tecnologia e de proteção a propriedade intelectual em cada uma das instituições e quanto a Lei de Inovação que torna obrigatória a constituição de NITs dentro e instituições de Ciência e Tecnologia. A pesquisa teve como descoberta que o licenciamento de tecnologias é a rota mais comum entre os NITs nacionais, apesar dos numerosos serem muito baixos por conta da legislação ser muito restritiva para a criação de spin-offs formadas por pesquisadores e docentes vinculados a Instituições de Ciência e Tecnologia, diferentemente do Reino Unido e Estados Unidos. Desta forma, a pesquisa aponta que será necessária uma atualização mais ampla do Marco Legal da Inovação no Brasil

“... mais da metade dos respondentes não acredita que seu NIT receba apoio adequado dentro de suas instituições, e 63% dos respondentes não acredita que os pesquisadores são incentivados de maneira suficiente para trabalharem com os NITs.” P.87

APÊNDICE L – Análise de Conteúdo Relatório de Atividades Inova Unicamp 2015

RELATÓRIO DE ATIVIDADES DE 2015

LIDERANÇA UNIVERSIDADE	LIDERANÇA INOVA UNICAMP
Reitor: José Tadeu Jorge	Diretoria Executiva: Roberto de Alencar Lotufo
Pró-Reitoria de Pesquisa: Gláucia Maria Pastore	Diretor de Parcerias e Projetos Colaborativos Prof. João Marcos Travassos Romano
	Diretora de Propriedade Intelectual Dra. Patrícia Franco Leal Gestic
	Diretor do Parque Científico e Tecnológico da Unicamp Dr. Eduardo Gurgel do Amaral

CATEGORIA 1 – PROMOÇÃO DE PARCERIAS PARA O FORTALECIMENTO DOS ALUNOS, PESQUISA E INOVAÇÃO

• A institucionalização da importância das parcerias e projetos colaborativos durou 1 ano, já que no relatório de 2014 a diretoria foi extinguida, mantendo apenas a de Parque Científico e Tecnológico. De qualquer forma, no discurso do relatório de atividades de 2013, a qualidade dos profissionais formados pela Unicamp depende das parcerias com as empresas, já que estes profissionais dependem das mesmas para criar inovações tecnológicas. É explícita a visão da Unicamp da importância do fomento a simbiose “formação profissional de qualidade” e “inovação tecnológica em empresas”, tanto que a partir do ano de 2013 os relatórios de atividade passam a ter uma sessão chamada de “Apoio a empresa Inovadora”, que mostram casos e iniciativas da Inova apoiando tanto empresas-filha da Unicamp quanto empresas externas dispostas a investir em projetos ou tecnologias da universidade. A palavra inovação passa a ser valor e pilar central do papel da InovaUnicamp no estabelecimento do ecossistema de inovação.

“ O principal papel da universidade é formar profissionais que, uma vez na empresa, desenvolverão a inovação tecnológica. E para formar profissionais de qualidade é importante estabelecer parcerias, porque isso favorece a formação dos alunos.” P.9

- Além de prover recursos capacitados para os temas de interesse das empresas, a agência coloca como segundo diferencial a capacidade da InovaUnicamp em formatar e gerir projetos.

“A parceria possui um diferencial, já que inclui a provisão de equipe dentro da Universidade para gestão administrativa dos projetos. Além disso, conta com todo o apoio e intermediação da Inova na formatação dos projetos, sendo um exemplo bem-sucedido desse modelo...” P. 62

- Ocupação ou instalação no Parque Científico são ofertados, no que o relatório chama de “apoio a empresa inovadora”.

“Empresas com projetos de pesquisa colaborativos com a Unicamp podem se instalar no Parque Científico de duas maneiras. A instalação pode se dar em uma área já construída ou por meio de construção de prédio próprio. Atualmente, há três prédios já construídos voltados para instalar os projetos de cooperação universidade-empresa no Parque: o Inovasoft, o Centro de Inovação e Incubadora, e o Laboratório de Inovação em Biocombustíveis (LIB).” P.63

- Incamp

“O processo de seleção para ingresso na Incamp compreende três etapas: 1) avaliação do projeto por parte da equipe de gestão da Incamp, especialistas de mercado ou professores da Unicamp; 2) entrevista com os candidatos; e 3) divulgação final dos resultados. Empresas interessadas podem acompanhar a abertura dos próximos editais através do site: www.incamp.unicamp.br.” P. 67

CATEGORIA 2 –INCENTIVO E ACOMPANHAMENTO NO PROCESSO DE PATENTES

- A criação do Programa Líder de Inovação é mais um processo criado na busca expressa constante de acelerar o processo de comunicação entre os docentes e o Inova Unicamp.

“O programa líder de Inovação é uma iniciativa da Inova Unicamp que tem por objetivo intensificar a comunicação entre a Inova e os Institutos e Faculdades da Unicamp. No programa, a facilitação da comunicação se dá por meio do Líder de Inovação, que é um docente, conhecedor das atividades relacionadas à gestão da inovação na Unicamp e com intenso contato com a Agência de Inovação. O intuito é que este professor seja periodicamente informado sobre as novidades da área e atue como difusor dessas informações junto a seu instituto ou faculdade, facilitando o contato entre os docentes e a Agência de Inovação.” p.57

- Reuniões entre a diretoria da Inova e os docentes e pesquisadores foram agendadas para aumentar o envolvimento e estímulo a inovação, o que segundo o relatório, tratava de uma ação de “estímulo a cultura da inovação” na Universidade. Desde 2011 há uma consciência expressa nos relatórios quanto a importância de se criar uma cultura da inovação na universidade por meio do fortalecimento dos vínculos do InovaUnicamp com os institutos. O próprio título da sessão resume esta ideia: “Reuniões de diretoria: fortalecimento da inovação nas unidades da Unicamp.

“... objetivam criar um ambiente de aproximação entre a Inova e diversas unidades da Unicamp, bem como estimular a cultura de inovação na Universidade.” P. 45

- A edição de 2013 do relatório de atividades dá destaque a casos de Licenciamento de

Tecnologias (título de uma das sessões). O relatório descreveu casos de sucesso ao longo de 23 páginas com depoimentos de professores quanto a importância da InovaUnicamp em realizar a ponte entre eles e as empresas interessadas em investir no licenciamento da patente.

“A Inova teve papel fundamental tanto no registro da patente como no licenciamento, uma vez que nos colocou em contato com a empresa interessada e realizou todos os trâmites necessários para o licenciamento”, afirma o professor Flávio. Para a empresa, o licenciamento da tecnologia proveniente da Unicamp foi benéfico. “Temos interesse comercial em produtos da área odontológica desenvolvida com o conhecimento dos pesquisadores dessa universidade. P. 33

CATEGORIA 3 – CAPACITAÇÃO E FORMAÇÃO DE PROFISSIONAIS PARA INOVAR E EMPREENDER

- A parceria com a universidade de Cambridge no Reino Unido iniciou-se em 2011 quando o departamento de ciência e inovação do Reino Unido, com o apoio do consulado britânico no Brasil, buscou universidades de ponta no Brasil para estabelecer parcerias em ciência e inovação.

“O objetivo inicial do projeto foi criar uma parceria de longo prazo entre dois importantes clusters de inovação visando fortalecer a troca de experiências e de conhecimento”. P. 53

- A capacitação de uma rede empreendedora envolvendo profissionais de outros estados brasileiros para a criação de negócios de base tecnológica utilizando treinamento e mentoria como diferenciais para as equipes inscritas. E que em sua terceira edição contou com o financiamento do CNPq e CAPES, além do apoio de diversas empresas de atuação nacional e internacional, bem como associações, prefeitura e outros órgãos governamentais.

“O Desafio Unicamp de Inovação Tecnológica é uma iniciativa da Agência de Inovação Inova Unicamp e em 2013 contou com o financiamento do CNPq e CAPES e apoio de diversas instituições, como as patrocinadoras Cielo, EDTI, LD Soft, Banco do Brasil, Clarke, Modet & Co, Cristália e RedEmprendia e os apoiadores Anjos do Brasil, Associação Campinas Startups, Núcleo das Empresas Juniores, Fundo Pitanga, EPM Jr. Unifesp, Ciesp, Prefeitura Municipal de Campinas, Liga Empreendedora, Endeavor, Eureka, Sebrae e DikaJob.” P. 47

CATEGORIA 4 – ARTICULAÇÃO DE POLÍTICAS E AÇÕES DIRIGIDAS PARA DESENVOLVIMENTO DE CAMPINAS E DO PAÍS

- A visão do InovaUnicamp, até então não apresentado nos relatórios de atividades, coloca como objetivo o protagonismo do InovaUnicamp na formação do ecossistema de inovação não apenas no âmbito de Campinas, mas em nível nacional e reconhecimento internacional.

“Ser líder na promoção do ecossistema de inovação e empreendedorismo no âmbito regional e nacional, e com reconhecimento internacional.” P. 68

APÊNDICE M – Análise de Conteúdo Relatório de Atividades Inova Unicamp 2016

RELATÓRIO DE ATIVIDADES DE 2016

LIDERANÇA UNIVERSIDADE	LIDERANÇA INOVA UNICAMP
Reitor: José Tadeu Jorge	Diretoria Executiva: Roberto de Alencar Lotufo
Pró-Reitoria de Pesquisa: Gláucia Maria Pastore	Diretor de Parcerias e Projetos Colaborativos Prof. João Marcos Travassos Romano
	Diretora de Propriedade Intelectual Dra. Patrícia Franco Leal Gestic
	Diretor do Parque Científico e Tecnológico da Unicamp Dr. Eduardo Gurgel do Amaral

CATEGORIA 1 – PROMOÇÃO DE PARCERIAS PARA O FORTALECIMENTO DOS ALUNOS, PESQUISA E INOVAÇÃO

• A institucionalização da importância das parcerias e projetos colaborativos durou 1 ano, já que no relatório de 2014 a diretoria foi extinguida, mantendo apenas a de Parque Científico e Tecnológico. De qualquer forma, no discurso do relatório de atividades de 2013, a qualidade dos profissionais formados pela Unicamp depende das parcerias com as empresas, já que estes profissionais dependem das mesmas para criar inovações tecnológicas. É explícita a visão da Unicamp da importância do fomento a simbiose “formação profissional de qualidade” e “inovação tecnológica em empresas”, tanto que a partir do ano de 2013 os relatórios de atividade passam a ter uma sessão chamada de “Apoio a empresa Inovadora”, que mostram casos e iniciativas da Inova apoiando tanto empresas-filha da Unicamp quanto empresas externas dispostas a investir em projetos ou tecnologias da universidade. A palavra inovação passa a ser valor e pilar central do papel da InovaUnicamp no estabelecimento do ecossistema de inovação.

“ O principal papel da universidade é formar profissionais que, uma vez na empresa, desenvolverão a inovação tecnológica. E para formar profissionais de qualidade é importante estabelecer parcerias, porque isso favorece a formação dos alunos.” P.9

- Além de prover recursos capacitados para os temas de interesse das empresas, a agência coloca como segundo diferencial a capacidade da InovaUnicamp em formatar e gerir projetos.

“A parceria possui um diferencial, já que inclui a provisão de equipe dentro da Universidade para gestão administrativa dos projetos. Além disso, conta com todo o apoio e intermediação da Inova na formatação dos projetos, sendo um exemplo bem-sucedido desse modelo...” P. 62

- Ocupação ou instalação no Parque Científico são ofertados, no que o relatório chama de “apoio a empresa inovadora”.

“Empresas com projetos de pesquisa colaborativos com a Unicamp podem se instalar no Parque Científico de duas maneiras. A instalação pode se dar em uma área já construída ou por meio de construção de prédio próprio. Atualmente, há três prédios já construídos voltados para instalar os projetos de cooperação universidade-empresa no Parque: o Inovasoft, o Centro de Inovação e Incubadora, e o Laboratório de Inovação em Biocombustíveis (LIB).” P.63

- Incamp

“O processo de seleção para ingresso na Incamp compreende três etapas: 1) avaliação do projeto por parte da equipe de gestão da Incamp, especialistas de mercado ou professores da Unicamp; 2) entrevista com os candidatos; e 3) divulgação final dos resultados. Empresas interessadas podem acompanhar a abertura dos próximos editais através do site: www.incamp.unicamp.br.” P. 67

CATEGORIA 2 –INCENTIVO E ACOMPANHAMENTO NO PROCESSO DE PATENTES

- A criação do Programa Líder de Inovação é mais um processo criado na busca expressa constante de acelerar o processo de comunicação entre os docentes e o Inova Unicamp.

“O programa líder de Inovação é uma iniciativa da Inova Unicamp que tem por objetivo intensificar a comunicação entre a Inova e os Institutos e Faculdades da Unicamp. No programa, a facilitação da comunicação se dá por meio do Líder de Inovação, que é um docente, conhecedor das atividades relacionadas à gestão da inovação na Unicamp e com intenso contato com a Agência de Inovação. O intuito é que este professor seja periodicamente informado sobre as novidades da área e atue como difusor dessas informações junto a seu instituto ou faculdade, facilitando o contato entre os docentes e a Agência de Inovação.” p.57

- Reuniões entre a diretoria da Inova e os docentes e pesquisadores foram agendadas para aumentar o envolvimento e estímulo a inovação, o que segundo o relatório, tratava de uma ação de “estímulo a cultura da inovação” na Universidade. Desde 2011 há uma consciência expressa nos relatórios quanto a importância de se criar uma cultura da inovação na universidade por meio do fortalecimento dos vínculos do InovaUnicamp com os institutos. O próprio título da sessão resume esta ideia: “Reuniões de diretoria: fortalecimento da inovação nas unidades da Unicamp.

“... objetivam criar um ambiente de aproximação entre a Inova e diversas unidades da Unicamp, bem como estimular a cultura de inovação na Universidade.” P. 45

- A edição de 2013 do relatório de atividades dá destaque a casos de Licenciamento de

Tecnologias (título de uma das sessões). O relatório descreveu casos de sucesso ao longo de 23 páginas com depoimentos de professores quanto a importância da InovaUnicamp em realizar a ponte entre eles e as empresas interessadas em investir no licenciamento da patente.

“A Inova teve papel fundamental tanto no registro da patente como no licenciamento, uma vez que nos colocou em contato com a empresa interessada e realizou todos os trâmites necessários para o licenciamento”, afirma o professor Flávio. Para a empresa, o licenciamento da tecnologia proveniente da Unicamp foi benéfico. “Temos interesse comercial em produtos da área odontológica desenvolvida com o conhecimento dos pesquisadores dessa universidade. P. 33

CATEGORIA 3 – CAPACITAÇÃO E FORMAÇÃO DE PROFISSIONAIS PARA INOVAR E EMPREENDER

- A parceria com a universidade de Cambridge no Reino Unido iniciou-se em 2011 quando o departamento de ciência e inovação do Reino Unido, com o apoio do consulado britânico no Brasil, buscou universidades de ponta no Brasil para estabelecer parcerias em ciência e inovação.

“O objetivo inicial do projeto foi criar uma parceria de longo prazo entre dois importantes clusters de inovação visando fortalecer a troca de experiências e de conhecimento”. P. 53

- A capacitação de uma rede empreendedora envolvendo profissionais de outros estados brasileiros para a criação de negócios de base tecnológica utilizando treinamento e mentoria como diferenciais para as equipes inscritas. E que em sua terceira edição contou com o financiamento do CNPq e CAPES, além do apoio de diversas empresas de atuação nacional e internacional, bem como associações, prefeitura e outros órgãos governamentais.

“O Desafio Unicamp de Inovação Tecnológica é uma iniciativa da Agência de Inovação Inova Unicamp e em 2013 contou com o financiamento do CNPq e CAPES e apoio de diversas instituições, como as patrocinadoras Cielo, EDTI, LD Soft, Banco do Brasil, Clarke, Modet & Co, Cristália e RedEmprendia e os apoiadores Anjos do Brasil, Associação Campinas Startups, Núcleo das Empresas Juniores, Fundo Pitanga, EPM Jr. Unifesp, Ciesp, Prefeitura Municipal de Campinas, Liga Empreendedora, Endeavor, Eureka, Sebrae e DikaJob.” P. 47

CATEGORIA 4 – ARTICULAÇÃO DE POLÍTICAS E AÇÕES DIRIGIDAS PARA DESENVOLVIMENTO DE CAMPINAS E DO PAÍS

- A visão do InovaUnicamp, até então não apresentado nos relatórios de atividades, coloca como objetivo o protagonismo do InovaUnicamp na formação do ecossistema de inovação não apenas no âmbito de Campinas, mas em nível nacional e reconhecimento internacional.

“Ser líder na promoção do ecossistema de inovação e empreendedorismo no âmbito regional e nacional, e com reconhecimento internacional.” P. 68

APÊNDICE L – Análise de Conteúdo Relatório de Atividades Inova Unicamp 2015

RELATÓRIO DE ATIVIDADES DE 2015

LIDERANÇA UNIVERSIDADE	LIDERANÇA INOVA UNICAMP
Reitor: José Tadeu Jorge	Diretoria Executiva: Roberto de Alencar Lotufo
Pró-Reitoria de Pesquisa: Gláucia Maria Pastore	Diretor de Parcerias e Projetos Colaborativos Prof. João Marcos Travassos Romano
	Diretora de Propriedade Intelectual Dra. Patrícia Franco Leal Gestic
	Diretor do Parque Científico e Tecnológico da Unicamp Dr. Eduardo Gurgel do Amaral

CATEGORIA 1 – PROMOÇÃO DE PARCERIAS PARA O FORTALECIMENTO DOS ALUNOS, PESQUISA E INOVAÇÃO

- A institucionalização da importância das parcerias e projetos colaborativos durou 1 ano, já que no relatório de 2014 a diretoria foi extinguida, mantendo apenas a de Parque Científico e Tecnológico. De qualquer forma, no discurso do relatório de atividades de 2013, a qualidade dos profissionais formados pela Unicamp depende das parcerias com as empresas, já que estes profissionais dependem das mesmas para criar inovações tecnológicas. É explícita a visão da Unicamp da importância do fomento a simbiose “formação profissional de qualidade” e “inovação tecnológica em empresas”, tanto que a partir do ano de 2013 os relatórios de atividade passam a ter uma sessão chamada de “Apoio a empresa Inovadora”, que mostram casos e iniciativas da Inova apoiando tanto empresas-filha da Unicamp quanto empresas externas dispostas a investir em projetos ou tecnologias da universidade. A palavra inovação passa a ser valor e pilar central do papel da InovaUnicamp no estabelecimento do ecossistema de inovação.

“O principal papel da universidade é formar profissionais que, uma vez na empresa, desenvolverão a inovação tecnológica. E para formar profissionais de qualidade é importante estabelecer parcerias, porque isso favorece a formação dos alunos.” P.9

- Além de prover recursos capacitados para os temas de interesse das empresas, a agência coloca como segundo diferencial a capacidade da InovaUnicamp em formatar e gerir projetos.

“A parceria possui um diferencial, já que inclui a provisão de equipe dentro da Universidade para gestão administrativa dos projetos. Além disso, conta com todo o apoio e intermediação da Inova na formatação dos projetos, sendo um exemplo bem-sucedido desse modelo...” P.

- Ocupação ou instalação no Parque Científico são ofertados, no que o relatório chama de “apoio a empresa inovadora”.

“Empresas com projetos de pesquisa colaborativos com a Unicamp podem se instalar no Parque Científico de duas maneiras. A instalação pode se dar em uma área já construída ou por meio de construção de prédio próprio. Atualmente, há três prédios já construídos voltados para instalar os projetos de cooperação universidade-empresa no Parque: o Inovasoftware, o Centro de Inovação e Incubadora, e o Laboratório de Inovação em Biocombustíveis (LIB).” P.63

- Incamp

“O processo de seleção para ingresso na Incamp compreende três etapas: 1) avaliação do projeto por parte da equipe de gestão da Incamp, especialistas de mercado ou professores da Unicamp; 2) entrevista com os candidatos; e 3) divulgação final dos resultados. Empresas interessadas podem acompanhar a abertura dos próximos editais através do site: www.incamp.unicamp.br.” P. 67

CATEGORIA 2 –INCENTIVO E ACOMPANHAMENTO NO PROCESSO DE PATENTES

- A criação do Programa Líder de Inovação é mais um processo criado na busca expressa constante de acelerar o processo de comunicação entre os docentes e o Inova Unicamp.

“O programa líder de Inovação é uma iniciativa da Inova Unicamp que tem por objetivo intensificar a comunicação entre a Inova e os Institutos e Faculdades da Unicamp. No programa, a facilitação da comunicação se dá por meio do Líder de Inovação, que é um docente, conhecedor das atividades relacionadas à gestão da inovação na Unicamp e com intenso contato com a Agência de Inovação. O intuito é que este professor seja periodicamente informado sobre as novidades da área e atue como difusor dessas informações junto a seu instituto ou faculdade, facilitando o contato entre os docentes e a Agência de Inovação.” p.57

- Reuniões entre a diretoria da Inova e os docentes e pesquisadores foram agendadas para aumentar o envolvimento e estímulo a inovação, o que segundo o relatório, tratava de uma ação de “estímulo a cultura da inovação” na Universidade. Desde 2011 há uma consciência expressa nos relatórios quanto a importância de se criar uma cultura da inovação na universidade por meio do fortalecimento dos vínculos do InovaUnicamp com os institutos. O próprio título da sessão resume esta ideia: “Reuniões de diretoria: fortalecimento da inovação nas unidades da Unicamp.

“... objetivam criar um ambiente de aproximação entre a Inova e diversas unidades da Unicamp, bem como estimular a cultura de inovação na Universidade.” P. 45

- A edição de 2013 do relatório de atividades dá destaque a casos de Licenciamento de Tecnologias (título de uma das sessões). O relatório descreveu casos de sucesso ao longo de 23 páginas com depoimentos de professores quanto a importância da InovaUnicamp em realizar a ponte entre eles e as empresas interessadas em investir no licenciamento da patente.

“A Inova teve papel fundamental tanto no registro da patente como no licenciamento, uma vez que nos colocou em contato com a empresa interessada e realizou todos os trâmites necessários para o licenciamento”, afirma o professor Flávio. Para a empresa, o licenciamento da tecnologia proveniente da Unicamp foi benéfico. “Temos interesse comercial em produtos da área odontológica desenvolvida com o conhecimento dos pesquisadores dessa universidade. P. 33

CATEGORIA 3 – CAPACITAÇÃO E FORMAÇÃO DE PROFISSIONAIS PARA INOVAR E EMPREENDER

- A parceria com a universidade de Cambridge no Reino Unido iniciou-se em 2011 quando o departamento de ciência e inovação do Reino Unido, com o apoio do consulado britânico no Brasil, buscou universidades de ponta no Brasil para estabelecer parcerias em ciência e inovação.

“O objetivo inicial do projeto foi criar uma parceria de longo prazo entre dois importantes clusters de inovação visando fortalecer a troca de experiências e de conhecimento”. P. 53

- A capacitação de uma rede empreendedora envolvendo profissionais de outros estados brasileiros para a criação de negócios de base tecnológica utilizando treinamento e mentoria como diferenciais para as equipes inscritas. E que em sua terceira edição contou com o financiamento do CNPq e CAPES, além do apoio de diversas empresas de atuação nacional e internacional, bem como associações, prefeitura e outros órgãos governamentais.

“O Desafio Unicamp de Inovação Tecnológica é uma iniciativa da Agência de Inovação Inova Unicamp e em 2013 contou com o financiamento do CNPq e CAPES e apoio de diversas instituições, como as patrocinadoras Cielo, EDTI, LD Soft, Banco do Brasil, Clarke, Modet & Co, Cristália e RedEmprendia e os apoiadores Anjos do Brasil, Associação Campinas Startups, Núcleo das Empresas Juniores, Fundo Pitanga, EPM Jr. Unifesp, Ciesp, Prefeitura Municipal de Campinas, Liga Empreendedora, Endeavor, Eureka, Sebrae e DikaJob.” P. 47

CATEGORIA 4 – ARTICULAÇÃO DE POLÍTICAS E AÇÕES DIRIGIDAS PARA DESENVOLVIMENTO DE CAMPINAS E DO PAÍS

- A visão do InovaUnicamp, até então não apresentado nos relatórios de atividades, coloca como objetivo o protagonismo do InovaUnicamp na formação do ecossistema de inovação não apenas no âmbito de Campinas, mas em nível nacional e reconhecimento internacional.

“Ser líder na promoção do ecossistema de inovação e empreendedorismo no âmbito regional e nacional, e com reconhecimento internacional.” P. 68

APÊNDICE M – Análise de Conteúdo Relatório de Atividades Inova Unicamp 2016

RELATÓRIO DE ATIVIDADES DE 2016

LIDERANÇA UNIVERSIDADE	LIDERANÇA INOVA UNICAMP
Reitor: José Tadeu Jorge	Diretoria Executiva: Roberto de Alencar Lotufo
Pró-Reitoria de Pesquisa: Gláucia Maria Pastore	Diretor de Parcerias e Projetos Colaborativos Prof. João Marcos Travassos Romano
	Diretora de Propriedade Intelectual Dra. Patrícia Franco Leal Gestic
	Diretor do Parque Científico e Tecnológico da Unicamp Dr. Eduardo Gurgel do Amaral

CATEGORIA 1 – PROMOÇÃO DE PARCERIAS PARA O FORTALECIMENTO DOS ALUNOS, PESQUISA E INOVAÇÃO

- A institucionalização da importância das parcerias e projetos colaborativos durou 1 ano, já que no relatório de 2014 a diretoria foi extinguida, mantendo apenas a de Parque Científico e Tecnológico. De qualquer forma, no discurso do relatório de atividades de 2013, a qualidade dos profissionais formados pela Unicamp depende das parcerias com as empresas, já que estes profissionais dependem das mesmas para criar inovações tecnológicas. É explícita a visão da Unicamp da importância do fomento a simbiose “formação profissional de qualidade” e “inovação tecnológica em empresas”, tanto que a partir do ano de 2013 os relatórios de atividade passam a ter uma sessão chamada de “Apoio a empresa Inovadora”, que mostram casos e iniciativas da Inova apoiando tanto empresas-filha da Unicamp quanto empresas externas dispostas a investir em projetos ou tecnologias da universidade. A palavra inovação passa a ser valor e pilar central do papel da InovaUnicamp no estabelecimento do ecossistema de inovação.

“ O principal papel da universidade é formar profissionais que, uma vez na empresa, desenvolverão a inovação tecnológica. E para formar profissionais de qualidade é importante estabelecer parcerias, porque isso favorece a formação dos alunos.” P.9

- Além de prover recursos capacitados para os temas de interesse das empresas, a agência coloca como segundo diferencial a capacidade da InovaUnicamp em formatar e gerir projetos.

“A parceria possui um diferencial, já que inclui a provisão de equipe dentro da Universidade para gestão administrativa dos projetos. Além disso, conta com todo o apoio e intermediação da Inova na formatação dos projetos, sendo um exemplo bem-sucedido desse modelo...” P. 62

- Ocupação ou instalação no Parque Científico são ofertados, no que o relatório chama de “apoio a empresa inovadora”.

“Empresas com projetos de pesquisa colaborativos com a Unicamp podem se instalar no Parque Científico de duas maneiras. A instalação pode se dar em uma área já construída ou por meio de construção de prédio próprio. Atualmente, há três prédios já construídos voltados para instalar os projetos de cooperação universidade-empresa no Parque: o Inovasoftware, o Centro de Inovação e Incubadora, e o Laboratório de Inovação em Biocombustíveis (LIB).” P.63

- Incamp

“O processo de seleção para ingresso na Incamp compreende três etapas: 1) avaliação do projeto por parte da equipe de gestão da Incamp, especialistas de mercado ou professores da Unicamp; 2) entrevista com os candidatos; e 3) divulgação final dos resultados. Empresas interessadas podem acompanhar a abertura dos próximos editais através do site: www.incamp.unicamp.br.” P. 67

CATEGORIA 2 –INCENTIVO E ACOMPANHAMENTO NO PROCESSO DE PATENTES

- A criação do Programa Líder de Inovação é mais um processo criado na busca expressa constante de acelerar o processo de comunicação entre os docentes e o Inova Unicamp.

“O programa líder de Inovação é uma iniciativa da Inova Unicamp que tem por objetivo intensificar a comunicação entre a Inova e os Institutos e Faculdades da Unicamp. No programa, a facilitação da comunicação se dá por meio do Líder de Inovação, que é um docente, conhecedor das atividades relacionadas à gestão da inovação na Unicamp e com intenso contato com a Agência de Inovação. O intuito é que este professor seja periodicamente informado sobre as novidades da área e atue como difusor dessas informações junto a seu instituto ou faculdade, facilitando o contato entre os docentes e a Agência de Inovação.” p.57

- Reuniões entre a diretoria da Inova e os docentes e pesquisadores foram agendadas para aumentar o envolvimento e estímulo a inovação, o que segundo o relatório, tratava de uma ação de “estímulo a cultura da inovação” na Universidade. Desde 2011 há uma consciência expressa nos relatórios quanto a importância de se criar uma cultura da inovação na universidade por meio do fortalecimento dos vínculos do InovaUnicamp com os institutos. O próprio título da sessão resume esta ideia:

“Reuniões de diretoria: fortalecimento da inovação nas unidades da Unicamp.

“... objetivam criar um ambiente de aproximação entre a Inova e diversas unidades da Unicamp, bem como estimular a cultura de inovação na Universidade.” P. 45

- A edição de 2013 do relatório de atividades dá destaque a casos de Licenciamento de Tecnologias (título de uma das sessões). O relatório descreveu casos de sucesso ao longo de 23 páginas com depoimentos de professores quanto a importância da InovaUnicamp em realizar a ponte entre eles e as empresas interessadas em investir no licenciamento da patente.

“A Inova teve papel fundamental tanto no registro da patente como no licenciamento, uma vez que nos colocou em contato com a empresa interessada e realizou todos os trâmites necessários para o licenciamento”, afirma o professor Flávio. Para a empresa, o licenciamento da tecnologia proveniente da Unicamp foi benéfico. “Temos interesse comercial em produtos da área odontológica desenvolvida com o conhecimento dos pesquisadores dessa universidade. P. 33

CATEGORIA 3 – CAPACITAÇÃO E FORMAÇÃO DE PROFISSIONAIS PARA INOVAR E EMPREENDER

- A parceria com a universidade de Cambridge no Reino Unido iniciou-se em 2011 quando o departamento de ciência e inovação do Reino Unido, com o apoio do consulado britânico no Brasil, buscou universidades de ponta no Brasil para estabelecer parcerias em ciência e inovação.

“O objetivo inicial do projeto foi criar uma parceria de longo prazo entre dois importantes clusters de inovação visando fortalecer a troca de experiências e de conhecimento”. P. 53

- A capacitação de uma rede empreendedora envolvendo profissionais de outros estados brasileiros para a criação de negócios de base tecnológica utilizando treinamento e mentoria como diferenciais para as equipes inscritas. E que em sua terceira edição contou com o financiamento do CNPq e CAPES, além do apoio de diversas empresas de atuação nacional e internacional, bem como associações, prefeitura e outros órgãos governamentais.

“O Desafio Unicamp de Inovação Tecnológica é uma iniciativa da Agência de Inovação Inova Unicamp e em 2013 contou com o financiamento do CNPq e CAPES e apoio de diversas instituições, como as patrocinadoras Cielo, EDTI, LD Soft, Banco do Brasil, Clarke, Modet & Co, Cristália e RedEmprendia e os apoiadores Anjos do Brasil, Associação Campinas Startups, Núcleo das Empresas Juniores, Fundo Pitanga, EPM Jr. Unifesp, Ciesp, Prefeitura Municipal de Campinas, Liga Empreendedora, Endeavor, Eureka, Sebrae e DikaJob.” P. 47

CATEGORIA 4 – ARTICULAÇÃO DE POLÍTICAS E AÇÕES DIRIGIDAS PARA DESENVOLVIMENTO DE CAMPINAS E DO PAÍS

- A visão do InovaUnicamp, até então não apresentado nos relatórios de atividades, coloca como objetivo o protagonismo do InovaUnicamp na formação do ecossistema de inovação não apenas no âmbito de Campinas, mas em nível nacional e reconhecimento internacional.

“Ser líder na promoção do ecossistema de inovação e empreendedorismo no âmbito regional e nacional, e com reconhecimento internacional.” P. 68