

A Universidade atua em todas as áreas do conhecimento, mas tem desafios a superar

O que viabiliza (ou não) as parcerias da Unicamp com o setor produtivo

CLAYTON LEVY

clayton@reitoria.unicamp.br

As parcerias tecnológicas da Unicamp com organizações e empresas abrangem praticamente todas as áreas do conhecimento, mas alguns setores foram mais contemplados, sobretudo depois de levantamento e priorização de áreas com maior demanda, destacando-se as áreas de energia, tecnologia da informação e alimentos. Para este ano, por exemplo, estima-se a efetivação de convênios no setor de energia no valor de R\$ 10 milhões. À frente das negociações está a diretora de Parcerias e Propriedade Intelectual da Inova, Rosana Ceron Di Giorgio. Graduada pela Faculdade de Engenharia Elétrica e Computação (FEEC) da Unicamp, com mestrado concluído em 1988, Rosana é uma executiva de negócios que atuou por 16 anos no CPqD antes de ingressar na Inova. O fato de vir do “mercado” é uma das chaves do sucesso obtido. Na entrevista que segue, ela fala sobre as prioridades levando-se em conta os cenários interno e externo.



Fotos: Antoninho Perri

Jornal da Unicamp — Pode-se dizer que algumas parcerias são prioritárias?

Rosana — Pode-se chamar de setores prioritários com relação ao mercado aqueles para os quais existe uma demanda maior por inovação e, conseqüentemente, por projetos de P&D. Desta forma, o volume de projetos contratados com estes setores tende a ser maior e precisamos priorizar o atendimento a eles, por exemplo, com um gerente de negócios dedicado exclusivamente a alguns, como é o caso do setor de energia. A demanda por inovação pode ocorrer por força da lei – e o setor de energia (eletricidade, petróleo e gás natural) é novamente um exemplo – visto que existem leis específicas estabelecendo a obrigatoriedade para empresas desses setores de investir em P&D. Pode ser fomentada por incentivos fiscais específicos a setores como o de tecnologia da informação (contemplado com a conhecida Lei de Informática) e o cultural (contemplado pela Lei Rouanet). E também pode ocorrer espontaneamente, como nas indústrias de fármacos e de alimentos, que trazem muitas demandas para a universidade por requererem diferencial competitivo, sem, entretanto, existirem incentivos ou obrigatoriedades legais específicos.

Os R\$ 10 milhões em efetivação de contratos no setor de energia elétrica são esperados em função das mais de 100 propostas de projetos que submetemos para o setor em 2005 e que já foram aprovadas pelas companhias de energia elétrica, em função do investimento obrigatório que mencionei. Agora esses projetos estão sendo analisados pela Aneel. A lei relacionada é a 9991 de 2002, que obriga as concessionárias e permissionárias de serviços públicos de distribuição de energia elétrica a investirem 1% da receita operacional líquida em pesquisa e desenvolvimento. No caso da Lei de Informática, ela promove a redução do IPI às empresas que investem em P&D.

JU — Quais os setores considerados prioritários nesse momento?

Rosana — Eu chamaria de setores prioritários para a Unicamp aqueles que já mencionei na resposta anterior, pelo potencial que têm de concretizar parcerias com a universidade, as quais viabilizarão novos negócios e inovação. A inovação, sem dúvida, é muito importante em todos os setores, para manter as empresas vivas. É sabemos que, o que as mantém vivas hoje, não necessariamente é o mesmo portfólio de pro-



Rosana Di Giorgio: mais de 100 projetos propostos ao setor de energia

duto e serviços que as sustentam amanhã. Portanto, é preciso inovar.

JU — Cite um exemplo de parceria estratégica de sucesso e as razões pelas quais é considerada um sucesso.

Rosana — O pigmento branco BiPhor, para tintas à base de água. Trata-se de nanotecnologia desenvolvida pelo professor Fernando Galembeck, do Instituto de Química. É uma alternativa bastante competitiva para o TiO₂ (dióxido de titânio), componente utilizado há muitos anos por todos os fabricantes de tintas à base de água do mundo. O BiPhor é mais branco, mais barato, confere melhor qualidade e durabilidade à camada de tinta, e ainda é uma química verde, podendo ser descartado sem qualquer prejuízo ao meio ambiente. Ele já está em produção pela Bunge em escala piloto (1.000 toneladas/ano), mas vem sendo distribuído gratuitamente aos fabricantes de tintas para testes. Em torno de 2010 ou 2011, a Bunge planeja estar produzindo e comercializando de 100 mil a 200 mil toneladas/ano, o que corresponde a um faturamento de cerca de US\$500 milhões/ano. O importante destas parcerias é que todas as partes ganham: a empresa, a universidade e o inventor. Os royalties para a Unicamp, previstos em US\$4,5 milhões ao ano, serão distribuídos da seguinte forma: 1/3 para os inventores, 1/3 para o Instituto de Química e 1/3 para a Reitoria.

JU — Grande parte das parcerias estabelecidas está no setor público. Trata-se também de um segmento estratégico?

Rosana — É estratégico por tratar-se de um setor que tem demandas em várias áreas que podem ser

atendidas pela universidade (ex: informática, saúde, telecomunicações). E o setor público confia na universidade, muito mais do que em uma consultoria privada. A Unicamp tem merecido esta confiança, pois tem honrado seus compromissos com a área pública. Damos apoio ao governo em todos os níveis: municipal, estadual e federal.

JU — Que benefícios essa linha de conduta traz para a instituição e para os pesquisadores?

Rosana — O foco nestas áreas significa a obtenção de um volume maior de resultados com o mesmo esforço, isto é, maior volume de acordos de pesquisa, desenvolvimento e inovação.

JU — É possível projetar um crescimento do número de parcerias para 2007?

Rosana — O número de parcerias é sempre crescente, desde que consigamos readequar o tamanho da equipe comercial. Temos sempre mais demandas do que conseguimos atender. Entretanto, apesar de todos estes contratos, a Inova ainda não é auto-suficiente e não conseguimos aumentar a equipe. Em algum momento a Agência precisará começar a receber um percentual sobre os resultados que ela própria concretiza. Isto será o início do caminho para a auto-sustentação.

JU — Qual a importância das parcerias para o processo de inovação tecnológica?

Rosana — É fundamental. Ninguém mais pode fazer tudo o que precisa. Sempre conta com parceiros. A Steviafarma, por exemplo, empresa para a qual licenciamos uma tecnologia baseada em isoflavonas agliconas, que deu origem ao produto Aglicon-Soy, tinha como seu principal produto um adoçante natural, produzido a partir da planta Stevia. A Steviafarma muito provavelmente não teria tido condições de entrar sozinha neste novo negócio sem a parceria com a Unicamp. A tendência mundial é esta. Veja outro exemplo, o da Procter & Gamble, que traz 20% de todas as suas tecnologias de fora da empresa. Ela denomina este novo modelo para inovação de *Connect and Develop*.

JU — Quais as principais dificuldades para a consolidação de uma parceria? São mais de ordem interna ou externa?

Rosana — Temos desafios dos dois lados. Um deles é encontrar na universidade uma tecnologia que

atenda à demanda de mercado, visto que a instituição não faz pesquisa objetivando a comercialização. O outro vem do mercado, que exige que esta tecnologia tenha uma proteção sólida, uma patente forte e recente, em tempo para o PCT (*Patent Cooperation Treaty*). Eu diria que este é o ponto mais difícil. Temos um tempo muito curto para efetivar uma parceria visando o licenciamento. O prazo para dar entrada no PCT é de um ano após o depósito. Se no decorrer de um ano não detectarmos uma empresa para investir no licenciamento, ou o aporte de recursos de fundos governamentais para assumir as despesas do primeiro ano do PCT, a tecnologia não poderá mais ser protegida no exterior.

A entrada diretamente nos outros países também fica muito dificultada, visto que, frequentemente, neste período de um ano, o professor já fez publicações sobre a tecnologia. Isto praticamente elimina o interesse dos investidores e as possibilidades de licenciamento, pois o interesse é pela exploração de outros mercados além do Brasil. Último ponto: as tecnologias da universidade estão normalmente em um estágio embrionário da pesquisa. Se tivéssemos recursos para investir no PCT, bem como para desenvolver a tecnologia até uma fase mais próxima de produto antes de licenciá-la, ela teria maior valor agregado, o que resultaria em royalties mais altos e uma maior satisfação da indústria. Hoje, a própria indústria financia o desenvolvimento das tecnologias da Unicamp. Mas não sei até quando. Em breve as universidades brasileiras estarão concorrendo com as de outros países, que conseguem entregar tecnologias mais prontas.

JU — Qual é a fase de produto?

A proximidade da fase de produto reflete o sucesso – e conseqüentemente os riscos – técnico e econômico da tecnologia. O setor farmacêutico, por exemplo, busca prioritariamente os fármacos que já tenham chegado à fase I ou até à fase II dos ensaios clínicos. [As fases I e II referem-se aos testes com a droga em seres humanos, antes da comercialização, avaliando sua ação segundo amostras crescentes de pessoas. Se for verificado que uma droga é nociva nessas fases, todo o investimento anterior em pesquisa e desenvolvimento pode ser perdido]. No Brasil, a universidade

tem entregado tecnologias ainda muito embrionárias para a indústria farmacêutica. No exterior, as indústrias não aceitam mais isso – preferem pagar mais caro por algo que já está em estágio avançado, oferecendo certeza muito maior de sucesso e de retorno de investimentos. Se nós, das universidades, não conseguirmos fazer o mesmo, vamos acabar concorrendo com a Universidade de Columbia, de Stanford, pois as indústrias farmacêuticas daqui procurarão lá as novas tecnologias. Temos de preparar nossas tecnologias, deixá-las mais prontas. Elas vão ter valor agregado maior, os royalties vão subir, mas a indústria vai preferir, em razão do risco menor. No exterior são encontradas empresas atuantes nessa fase intermediária do desenvolvimento da tecnologia. No Brasil, elas são praticamente inexistentes. Uma opção que estamos trabalhando é nos mecanismos de incentivo para criação desse tipo de empresa no Brasil.

JU — A agência acaba de elaborar um manual com o objetivo de facilitar a localização do financiamento aplicável a cada parceiro. O documento contém várias fontes de financiamento e incentivos fiscais aplicáveis a cada setor da indústria. Na sua opinião, quais os principais tópicos abordados pelo manual?

O objetivo deste manual é facilitar a aplicação de recursos por parte das empresas na universidade, viabilizando os contratos de pesquisa, desenvolvimento e inovação (P&D&I). É importante levar ao conhecimento da empresa, a localização das fontes de recursos públicos e privados que possam sustentar o projeto, os incentivos fiscais aplicáveis e quaisquer alternativas benéficas que viabilizem a parceria. Por exemplo, passa a ser viável para a empresa o pagamento dos royalties ou a compra de máquinas e equipamentos para a execução de projetos de pesquisa, se esta conhecer as deduções sobre o lucro tributável que poderá usufruir. O manual apresenta duas partes: a primeira, sobre programas governamentais de incentivo à inovação na empresa; a segunda, sobre a legislação vigente de incentivos à inovação, predominantemente incentivos fiscais.

CONTATO

Fone: (19) 3521-5201
Fax: (19) 3521-5210
<http://www.inova.unicamp.br/contato>