

Proximidade geográfica e a relação universidade-empresa: o caso das empresas graduadas pela Incamp

Lucas Baldoni

lucasbaldoni@ige.unicamp.br

Universidade Estadual de Campinas

Palavras-chave: Proximidade Geográfica, Relação Universidade-Empresa, Incubadoras.

Introdução

As novas configurações espaciais dos sistemas de inovação agrupam locais de inter-relação entre empresas e universidades (U-E). No Brasil, principalmente a partir da década de 90, nota-se o início de uma nova estratégia da universidade como ator importante nos sistemas regionais e nacionais de inovação. De acordo com Chaves (2009) essa estratégia veio despontar desde o momento em que a universidade começou a executar atividades ligadas ao setor produtivo, por exemplo, participando ativamente na criação de suas próprias empresas. Segundo Ondategui (2006), um aspecto importante que recentemente deve ser analisado refere-se à distribuição geográfica do desenvolvimento tecnológico, pois ele é capaz de gerar redes de informação que se configuram espacialmente tanto na escala global quanto local. Essas redes de informação materializam-se no espaço geográfico e são propiciadas pela proximidade entre empresas e outras instituições, como no caso, a universidade.

A proximidade geográfica favorece a interação e troca de conhecimento em atividades ligadas ao desenvolvimento tecnológico. Conforme Torre (2003), a proximidade territorial permite contatos face a face, que se desenvolvem nos espaços em que se observa um ambiente cultural compartilhado. Os produtores tendem a se agrupar para se beneficiarem dessas externalidades positivas de proximidade, isto é, da informação que circula com maior facilidade. Scott e Storper (1986), consideram que a razão para que essas atividades se aproximem geograficamente consiste no seu anseio de minimizar os custos,

pois o contato com fornecedores e clientes pode aumentar as chances de encontrar os insumos necessários e escoar seus produtos finais com maior eficácia.

Agrawal e Henderson (2002) e Colyvas et al (2002) afirmam a importância dos canais de transferência de conhecimento, que são beneficiados devido a proximidade geográfica. Esses canais, segundo, Cohen et al (1998, 2002) são as atividades que envolvem a estratégia de cooperação entre o meio acadêmico e o setor produtivo através de interação e transferência de conhecimento. Essas atividades, de acordo com Lester (2005) aumentam a capacidade de desenvolver o espaço local. Por exemplo, apoio para a criação e desenvolvimento de EBTs evidencia que as universidades podem contribuir, dando acesso a empresas localmente instaladas no seu Campus e no seu entorno.

Em Campinas (SP), a percepção de que havia um potencial elo entre a pesquisa e a produção industrial fez com que o poder público do município passasse a promover iniciativas em conjunto com a Unicamp a fim de alavancar o desenvolvimento tecnológico do município e da região. Castro (2006), afirma que atualmente a Unicamp estabeleceu mecanismos mais ativos por intermédio de sua Agência de Inovação (Inova- Unicamp) para fortalecer parcerias entre a Unicamp, empresas e órgãos do governo, além de incentivar o ambiente empreendedor na Universidade.

A Inova-Unicamp foi criada em 2003 e um dos seus objetivos consiste em apoiar e estimular novas empresas de base tecnológica (EBTs) além de aprimorar o papel da Incubadora de Empresas de Base Tecnológica da Unicamp (Incamp) que fora fundada em 2001 com administração transferida para a Inova-Unicamp afim de implantar uma estrutura propícia e apoiar a criação e o desenvolvimento das empresas incubadas e graduadas. Para tanto, o presente trabalho pretende contribuir para o entendimento das relações Universidade-Empresa no que tange a importância da proximidade geográfica como fator relevante na localização das empresas graduadas pela Incamp, pois verifica-se que essa relação é fator importante no processo de desenvolvimento local, principalmente quando a proximidade facilita o contato cotidiano entre esses dois atores.

Objetivo

A pesquisa visou analisar a importância da proximidade geográfica no que corresponde à atual localização das empresas graduadas pela Incamp, sobretudo, às vantagens e desvantagens em manter-se no entorno do Campus da Unicamp.

Resultados

De acordo com a análise dos dados e o recorte espacial estabelecido, constata-se que do total de empresas graduadas pela Incamp a maior parte localiza-se no município de Campinas (SP). Também, constata-se que a maioria das empresas que graduaram pela Incamp localizam-se no entorno da Unicamp, ou seja, os bairros inseridos no Distrito de Barão Geraldo, Macro zona 3 do município, cujo planejamento prevê áreas reservadas para empreendimentos de alta tecnologia, que visam ampliar a interação entre organizações públicas e privadas, voltadas para o desenvolvimento de P&D de Campinas. Contudo, podemos considerar que as empresas graduadas que se localizam nesta área podem se beneficiar de um ambiente voltado às atividades inovativas, com a presença da Unicamp e outros empreendimentos ligados à indústria de alta tecnologia. Portanto, a proximidade geográfica entre esses atores pode ser fator relevante para as empresas deste estudo de caso.

282

Tendo em vista a vocação de Campinas, e, conseqüentemente os objetivos previstos para a Macrozona 3, em que se localiza o Distrito de Barão Geraldo, nota-se o predomínio do setor de Tecnologia da Informação dentre as empresas graduadas. Nesse cenário, observa-se que o maior número de empregados das empresas graduadas pela Incamp, localizadas em Barão Geraldo também corresponde ao setor de Tecnologia da Informação. Portanto, entende-se que o predomínio das empresas da área de Tecnologia da Informação, neste local pode ser considerado um atributo de valor para as empresas graduadas, pois elas podem beneficiar-se da vocação tecnológica do município, sobretudo, a proximidade com a Unicamp e com os empreendimentos ligados às atividades de alta tecnologia.

Por último, para complementar a pesquisa foram entrevistadas algumas empresas graduadas pela Incamp que localizam-se no entorno da Unicamp afim de

identificar algumas das vantagens e desvantagens em proximidade geográfica com a referida universidade. O relato dessas empresas demonstra que existem vantagens e desvantagens em manter seus escritórios nas proximidades da Unicamp. Nota-se que o contato com a Incamp prevalece após a saída da empresa graduada, devido o compartilhamento da infraestrutura de laboratórios e recursos humanos da universidade, apesar dos custos de locação de imóveis comerciais ser o primeiro obstáculo para a empresa graduada quando sai da Incamp. Entretanto, os atrativos consistem nas relações formais e informais que essas empresas podem estabelecer com toda a comunidade universitária, beneficiando-se, por exemplo, de projetos de pesquisa; com a participação em seminários e workshops de promoção e intercâmbio de informações técnicas, da oferta e recrutamento de alunos que movimentam a dinâmica dos bairros próximos à Unicamp.

Considerações finais

A menor distância geográfica entre os agentes envolvidos desempenha um papel significativo, dado que a transmissão de informações entre eles tem possibilidade promover os contatos face a face. As relações U-E promovidas pela proximidade entre as empresas graduadas que mantêm suas instalações localizadas no Distrito de Barão Geraldo, no entorno da Unicamp, fazem com que o espaço local seja agente facilitador no desenvolvimento dessas EBTs, pois o fato da empresa graduada localizar-se em Barão Geraldo implica na possibilidade de aproveitamento de uma série de externalidades, por exemplo, a infraestrutura Científico-Tecnológica do entorno da Unicamp e os recursos humanos provenientes da própria universidade, que são imprescindíveis para a inovação e para a descoberta de novos produtos e processos para as empresas graduadas que mantêm sinergias com a Unicamp devido a proximidade geográfica.

Referências bibliográficas

AGRAWAL, A.; HENDERSON, R. Putting patents in context: exploring knowledge transfer from MIT. **Management Science** 48 (1), 2002, pag. 44-60

CASTRO, A. C. **Produção e Disseminação de Informação Tecnológica: A Atuação da Inova - Agência de Inovação da Unicamp.** Dissertação de Mestrado

Apresentada ao Programa de Pós Graduação em Tecnologia da Informação da Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Puc- Campinas, 2006

CHAVES, D.C.R. **A Universidade Empreendedora do séc. XXI: O Papel Estratégico da Propriedade**

Industrial. Dissertação de Mestrado apresentada à Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, Portugal, 2009.

- COHEN, W., LEVINTHAL, D. Innovation and learning: the two faces of R&D. **The Economic Journal** 99, 1989, pag. 569-596.
- COHEN, W., NELSON, R., WALSH, J. Links and impacts: the influence of public research on industrial R&D. **Management Science** 48 (1), 2002, pag 1-23.
- COLYVAS, J., CROW, M., GELIGNS, A., MAZZOLENI, A., NELSON, R., ROSENBERG, N., SAMPAT, B. How do University inventions get into practice? **Management Science** 48 (1), 2002, pag 61-72.
- LESTER, R. K. Universities, Innovation, and the Competitiveness of Local Economies: Summary Report from the Local Innovation Project. **Industrial Performance Center, Working Papers Series**, MIT, 2005.
- ONDATEGUI, J.C. Distritos Industriales, Ciudades Inteligentes y Regiões Del Conocimiento: El Arte de Innovar y El Territorio de Las Possibilidades. In: **Industria y Ciudad em España: Nuevas Realidades, Nuevos Retos**. Estudios y Monografias de Economía. Madrid: Ed. Thomson Civitas, 2006, pag 75-110.
- SCOTT, A. J.; STORPER, M. Industrial change and territorial organization: a summing up. In: **Production, Work, Territory**. The geographical anatomy of industrial capitalism. Massachusetts: Allen & Unwin Publishers, 1986.
- TORRE, A. Desenvolvimento Local e Relações de Proximidade: Conceitos e Questões. **Revista Internacional de Desenvolvimento**, v. 4, n. 7, set. 2003.