

PLANO DE MARKETING

**Pólo de Biotecnologia de Lages
SC**

Agosto de 2007.

Realização Fundação Bio-Rio
Documento inicial



REALIZAÇÃO

O presente PLANO é uma realização conjunta, está fundamentado em diversos estudos, na Política Nacional de Biotecnologia e consultoria realizada pela Fundação Bio-Rio, gestora do Pólo de Biotecnologia do Rio de Janeiro. Participaram os seguintes profissionais:

Fundação Bio-Rio

Kátia Aguiar – Gerente de Negócios

José Castro Schwartz – Consultor de Negócios

UDESC

Prof. Adil Vaz

Prof. Osmar Kaluberg Filho

Prof. Altamir Frederico Guidolin

UNIPLAC

Prof^a Silvana Mandredi Coimbra

UNIPLAC/ MIDILAGES

Carlos Eduardo de Liz

ACIL

Roberto Amaral

FAPESC

Glenio Bruck

Adenau Dilmar Franke

Secretaria Desenvolvimento Regional

Celso Dalagnol

EPAGRI

Vilmar Francisco Zardo

Aleksander Westphal Muniz

CDL – Câmara de Dirigentes Lojistas de Lages

Maria Elisabeth Medeiros Neves

AGESERRA

Walter Hoeschi Neto

Fundação Carlos Joffre do Amaral

Ivani Olívia Andrade

Roberto Amaral

INTRODUÇÃO e DEFINIÇÕES:

A biotecnologia é tão antiga quanto a prática da agricultura e a produção de pães e vinhos. Quatro mil anos antes de Cristo, a fermentação para a fabricação de pães e cervejas já era realizada no Egito, queijos e vinhos eram produzidos na China.

Biotecnologia é um conjunto de técnicas utilizadas em diversos setores da economia e que têm em comum o uso de organismos vivos, ou parte deles, como células e moléculas, para a produção de bens e serviços. Trata-se de uma área do conhecimento que permite a utilização de material biológico para fins industriais.

A biotecnologia utiliza conhecimento de áreas como microbiologia, bioquímica, genética, engenharia, química para a solução de problemas ou obtenção de produtos como alimentos, bebidas, produtos químicos, energia, remédios, pesticidas, vacinas sem prejudicar meio ambiente. A biotecnologia oferece alternativas para prevenção e combate de doenças, amplia a oferta de alimentos e colabora para a preservação ambiental.

O Brasil desenvolve ações isoladas e de destaque para o segmento desde a década de 50. O país tem uma excelente base de pesquisa e algumas empresas se propõem a explorar comercialmente o mais avançado conhecimento disponível na área de biotecnologia.

Muitas tecnologias envolvem mudanças controladas do DNA em organismos, tendo sido as primeiras delas inventadas na década de 70, envolvendo a partição de genes e técnicas de DNA recombinante. Nos anos 80/90, novas tecnologias foram adicionadas, como o sequenciamento automatizado de genes e as técnicas de amplificação de DNA, através de PCR (Polymerase Chain Reaction). Outras importantes tecnologias incluem a modificação de atividades de genes através do bloqueio de sua expressão, desativando enzimas (utilizado no controle de doenças virais, no retardamento da degradação de produtos agrícolas, na inibição de inflamações, no tratamento de asma, câncer, etc); a cultura de células com utilizações diversas (em testes de eficácia de medicamentos, biocontrole de insetos, produção de compostos naturais com valor terapêutico) e o uso de biosensores, uma combinação de um componente biológico (célula ou anticorpo) ligado a um transcritor microeletrônico, com capacidade de detecção de especificidade de células, moléculas ou substâncias em baixa concentração (com utilizações em mensuração de valor nutricional, qualidade e segurança de alimentos, mensuração de poluição ambiental, de níveis de glicose ou componentes vitais).

Além dos problemas estritamente tecnológicos, a Biotecnologia exige ainda uma gestão tecnológica especializada em estratégias mercadológicas e administrativas corretas.

Assim, o desenvolvimento da biotecnologia exige: uma forte base acadêmica e científica; um setor produtivo capaz de transformar a produção acadêmica e científica em bens e serviços; e a criação de um ambiente institucional que ofereça ao mesmo tempo segurança ao empresário inovador e a sociedade como um todo contra os riscos inerentes às atividades investigativas e produtivas no campo da biotecnologia.

Diversas cidades ou regiões podem ter uma universidade, um instituto de pesquisa, uma empresa de alta tecnologia, ou até esses três ativos tecnológicos simultaneamente, mas apenas a existência dessas estruturas não garante que haja sinergia entre elas. Esta sinergia é o elemento fundamental encontrado em Parques Tecnológicos bem sucedidos, pois é graças à interação que os agentes oferecem aos demais parceiros suas melhores

competências e habilidades, coordenando esforços e otimizando a alocação de recursos, facilitando assim a criação de bens e serviços. No entanto, a estratégia fundamental para ganhar competitividades está na **capacidade de inovar**.

O processo de inovação tecnológica assume características específicas, dependendo da região, do nível das instituições que o comportam e do próprio processo de articulação entre os atores da inovação.

As incubadoras de empresas e os parques tecnológicos são parte substancial dos sistemas locais de inovação tecnológica, na medida que permitem a transferência de tecnologia entre a universidade e o setor produtivo. Nas localidades onde atuam, desenvolvem políticas para apoiar as empresas incubadas na gestão tecnológica e, sobretudo, são o centro mais importante da cultura empreendedora das regiões. São estruturados para estimular a criação, o desenvolvimento e a consolidação de empreendimentos competitivos e inovadores.

Os movimentos de criação de parques tecnológicos são crescentes, em níveis nacional e internacional. De acordo com a definição da IASP - *International Association of Science Parks*, Parques Tecnológicos são empreendimentos criados e geridos com o objetivo permanente de promover pesquisa e inovação tecnológica, estimular a cooperação entre instituições de pesquisa, universidades e empresas e dar suporte ao desenvolvimento de atividades empresariais intensivas em conhecimento, implantadas na forma de projetos urbanos e imobiliários que delimitam áreas específicas para localização de empresas, instituições de pesquisa e serviços de apoio.

Já de acordo com a ANPROTEC – Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores, as incubadoras são ambientes dotados de capacidade técnica, gerencial, administrativa e infra-estrutura para amparar o pequeno empreendedor. Elas apóiam a transformação de empresas potenciais em empresas crescentes e lucrativas, disponibiliza espaço apropriado e condições efetivas, tais como serviços de apoio financeiro, marketing e administração, para abrigar negócios nascentes, de pequeno porte, mas com grande potencial de inovação.

A realidade brasileira demonstra a urgência da necessidade de iniciativas que potencializem a transformação de idéias e invenções em produtos para atender os mercados brasileiro e internacionais.

APRESENTAÇÃO

O Plano aqui apresentado, contempla informações e análises resultados do Planejamento Estratégico realizado em Lages/SC. Trata-se de um documento inicial, como resultado prático dos esforços do Governo do Estado de Santa Catarina, e das comunidades acadêmica e empresarial, para viabilizar a implantação do PÓLO DE BIOTECNOLOGIA DE LAGES.

A Fundação Bio-Rio, gestora do Pólo de Biotecnologia do Rio de Janeiro, primeiro Parque Tecnológico deste segmento da América Latina, com 19 anos de experiência foi então contratada para colaborar na elaboração do Plano e condução dos trabalhos na fase inicial.

Foram efetuadas visitas aos diversos segmentos da sociedade lageana, e posterior realização de reuniões estratégicas para definições apresentadas a seguir.

O Plano de Marketing é uma ferramenta de gestão que deve ser regularmente utilizada e atualizada, pois permite analisar o mercado, adaptando-se as suas constantes mudanças e identificando tendências. Por meio dele, pode-se definir resultados a serem alcançados e formular ações para atingir competitividade.

Conhecendo o mercado pode-se ser capaz de traçar o perfil do cliente, tomar decisões com relações a objetivos e metas, ações de divulgação e comunicação, preços, distribuição, localização, produtos e serviços adequados ao mercado local, ou seja, ações necessárias para a satisfação dos clientes e o sucesso do negócio.

ESTRUTURA DO PLANO DE MARKETING:

1. Análise do Ambiente
2. Definição do público-alvo
3. Definição do posicionamento de mercado
4. Definição da marca
5. Definição dos objetivos e metas
6. Ações

As análises e definições foram efetuadas e descritas parcialmente no Plano de Implantação. Relacionam-se a seguir os objetivos e ações previstas.

Missão:

“Promover o empreendedorismo catarinense em Biotecnologia e áreas correlatas, visando a inovação e o aperfeiçoamento tecnológico na busca do desenvolvimento sustentável através da interação entre Estado, Empresas e instituições Científicas e Tecnológicas”.

Visão 2020:

“ Ser o Pólo de referência nacional em bionegócios agropecuários e florestais”

Valores:

“Estimular o desenvolvimento econômico, respeitando os princípios éticos no uso e conservação ambiental, valorizando o homem e a sociedade.”

PREMISSAS

As premissas para a implantação do BIOLAGES, visando a transferência de tecnologia a partir das universidades instaladas, seriam:

1. Parte dos docentes e ex-alunos estejam dispostos a comercializar suas pesquisa, através de empreendimentos produtivos ou de sua transferência para terceiros
2. A emergência de novos empresários abrindo empresas na Incubadora , ou seja, que empresas possam ser desenvolvidas próximas às universidades ou na mesma localidade;
3. Que empresários inovadores locais estejam dispostos a participar do empreendimento;

ATIVIDADES

De todo o trabalho de Planejamento Estratégico e baseados nas visitas às instalações de Lages, temos a realizar:

Curto Prazo:

1. Criação do BIOLAGES, dependendo a ambiência definida;
2. Estabelecimento da organização gestora;
3. Elaboração do plano de custo e investimentos necessários para a organização, visando a captação de mantenedores e de projetos futuros;
4. Captação de mantenedores pelo período de 5 anos, sendo que a subvenção obtida diminuiria a cada ano, por conta da busca da auto-sustentabilidade que a organização deve buscar;
5. Estabelecimento dos Instituidores;
6. Estabelecimento dos Conselhos Deliberativo e Curador;
7. Definição do corpo técnico da organização;
8. Estabelecimento dos convênios de cooperação entre o BIOLAGES e as ICTs, para estabelecimento da comercialização das tecnologias produzidas pelos pesquisadores, futuros empreendedores;
9. Levantamento das disponibilidades/ demandas em pesquisa nas ICTs;
10. Levantamento das demandas tecnológicas das empresas instaladas em Lages;
11. Instalação de 3 empresas incubadas, de acordo com o indicado no item 5;
12. Levantamento de como comercializar as tecnologias disponíveis;
13. Elaboração do plano de negócios das empresas;
14. Divulgação dos produtos das empresas junto ao mercado.

Médio e Longo Prazo:

1. Elaboração de projetos junto a FINEP e/ou FAPESC para fixação de doutores e aumento das verbas para as pesquisas nas ICTs;

2. Criação do curso de Biotecnologia junto a CEFET, para formação de mão de obra;
3. Realização de seminários, feiras, eventos para disseminação da cultura empreendedora junto a comunidade científica;
4. Realização de eventos tipo café da manhã com empresários para divulgação do movimento de Parques Tecnológicos e Incubadoras;
5. Estabelecimento de uma Rede de Relacionamentos/ articulações;
6. Fomento à criação de um Programa de incentivos fiscais pelo Governo (Prefeitura) para fixação de empresas no Parque/ Incubadora;
7. Filiação do BIOLAGES junto à ANPROTEC, visando a divulgação das ações no segmento dos Parques Tecnológicos;
8. Estabelecimento de contato político com a Ministra Marina Silva, visando apoio à Visão 2020 institucional.

Fundação Bio-Rio

Fundação Carlos Joffre do Amaral