

Inovar para competir

Resultados | Ciclo 2012

Prêmio Nacional de Inovação

Parceiros



Ministério da
Ciência, Tecnologia
e Inovação



Realizadores



Inovar para competir

Resultados | Ciclo 2012

Prêmio Nacional de Inovação

Parceiros



Ministério da
Ciência, Tecnologia
e Inovação



Realizadores



Expediente

Conselho Superior do Movimento Brasil Competitivo – MBC

Elcio Anibal de Lucca

Presidente do Conselho Superior – Luccra

Wilson Ferreira

Vice-Presidente do Conselho Superior – CPFL Energia

Governo

Casa Civil da Presidência da República
Ministério da Ciência e Tecnologia
Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior
Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão

Lideranças Empresariais

Jorge Gerdau Johannpeter

Gerdau

Carlos Augusto Salles

Conselheiro Nato

José de Freitas Mascarenhas

Odebrecht

Carlos Alberto Sicupira

Varbra – S/A

Irani Varella

Petrobras

João Sanches

MSD

Mariano De Beer

Microsoft

Daniel Feffer

Suzano

Adriana Machado

General Electric

Cledorvino Belini

FIAT Automóveis

Representantes da Fundação Nacional da Qualidade – FNQ

Jairo Martins

Fundação Nacional da Qualidade

Pedro Luiz Barreto Passos

Natura

Representantes da Sociedade Civil

Antoninho Trevisan

Trevisan Escola de Negócios

Diretoria MBC

Abílio dos Santos Braga

Diretor Presidente

Silvana Alves Viana

Diretora Administrativo – Financeira

Equipe MBC

Alessandra Monteiro Porn | Ana Lúcia de Alencar Ribeiro | Célio Guarani | Elizabete dos Santos Torres | Ítalo Suassuna Galvão | Karla Santana | Keliane Gomes de Almeida | Késsya Lefícia Silva de Morais | Luciane Martinez Toldo | Nikelma da Silva Moura Oliveira | Romeu Luiz Ferreira Neto | Tâmara Alves de Lima Mansur | Vanessa Firmiano Rodrigues | Verônica Alves da Silva

Associados Mantenedores

Accenture do Brasil
Adidas do Brasil
Alexander Proudfoot
Altus Sistemas de Informática
Andrade Gutierrez
Avention Consultoria Empresarial
Banco do Brasil
Banco do Nordeste
Banco Votorantim
BIOLAB Sanus Farmacêutica
BMK Pró Indústria Gráfica
BR Petrobras Distribuidora

Brasul Administração e Participações
BrasilPrev Seguros e Previdência
BRISA – Sociedade para o Desenvolvimento da Tecnologia da Informação
Camargo Corrêa
Cargill Agrícola
Centrais Elétricas Brasileiras – Eletrobrás
Centrais Elétricas do Norte do Brasil – Eletronorte
CH2MHill
Cisco Systems do Brasil
Confederação Nacional da Indústria – CNI
Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas – CNDL
Confederação Nacional do Comércio de bens, serviços e Turismo – CNC
Conselho Federal de Administração – CFA
Cosin Consulting
CPFL Energia
Dannemann, Siemsen, Bigler & Ipanema Moreira
Deloitte Consultores
Dow Brasil
Eletrosul Centrais Elétricas – ELETROSUL
Elo Group
Empresa Brasileira de Aeronáutica – EMBRAER
Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária – INFRAERO
Empresa Brasileira de Telecomunicações – Embratel
Ernst Young & Tercio
Estação da Luz Participações – EDLP
Estruturadora Brasileira de Projetos – EBP
Falconi – Consultores de Resultado
Federação das Indústrias do Estado do Paraná – FIEP
Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro – FIRJAN
Federação das Indústrias do Estado do RS – FIERGS
Federação do Comércio do Estado de SP – FECOMÉRCIO
Fiat Automóveis
Ford Motors Company do Brasil
Furnas Centrais Elétricas
General Electric do Brasil
GERDAU
GOVBR Educacional
Grupo Meta
Grupo Notre Dame Intermédica
Grupo Pragmática
Grupo Votorantim
Hewlett-Packard Brasil
IBM BRASIL Indústria, Máquinas e Serviços
Instituto Aquila
Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial – INMETRO
Instituto Publix
Intel Semicondutores do Brasil Ltda.
Itaipu Binacional
Joal Teitelbaum – Escritório de Engenharia
Kienbaum
KPMG
Luccra
Macroplan Prospectiva Estratégia e Gestão
Management Engineers do Brasil Consultores
McKinsey & Company, Inc do Brasil Consultoria
Microsoft Informática
Motorola Solutions
MSD
Natura Cosméticos
Odebrecht
OSM Consultoria e Sistemas
Petrobras
Praia Grande Construtora
PricewaterhouseCoopers
Procter & Gamble Industrial e Comercial
Promon
Qualitymark Editora
Santos Brasil
SAP Brasil
SEBRAE Nacional
SEBRAE Rio Grande do Sul
Secovi – SP
Serasa Experian
Siemens
Suzano Holding
Symnetics
TIM Celular
Unimed – BH
Varbra
VSE – VALE
Xerox



A experiência da Rede de
Cooperação Brasil+

Esta publicação é uma iniciativa do Movimento Brasil Competitivo, com o apoio do SEBRAE, editada por ocasião do 10º Evento em Reconhecimento Nacional às Micro e Pequenas Empresas, em março de 2013.

Realização



Confederação Nacional da Indústria

CNI. A FORÇA DO BRASIL INDÚSTRIA

Parceiros



Ministério da
Ciência, Tecnologia
e Inovação



Coordenação Geral

Erik Camarano
Silvana Alves Viana
Isabel Reis
Nikelma Moura

Execução

Ênfase multicomunicação
Jornalistas Responsáveis:
Mariana Turkenicz – MTb 8691
Raquel Boechat – MTb 8840

Coordenação de Produção:

Livia Araújo

Colaboração:

Mayara Bacelar

Projeto Gráfico e diagramação:

Kike Borges

Bibliotecária:

Aline de Fraga Sulzbach – CRB
10/2201

Sugestões

Sugestões e críticas sobre a publicação Rede de Cooperação Brasil+ podem ser encaminhadas ao Movimento Brasil Competitivo pelo e-mail mbc@mbc.org.br, pelo telefone (61) 3329.2101 ou através do contato do Fale Conosco, no site www.mbc.org.br.

Agradecimentos

O MBC agradece a todos que viabilizaram esta publicação, em especial às organizações vencedoras dos prêmios para micro e pequenas empresas, que contribuíram com informações sobre suas práticas de gestão.

É proibida a reprodução total ou parcial dos conteúdos desta publicação sem a prévia autorização expressa do Movimento Brasil Competitivo. O MBC não se responsabiliza pelos conceitos emitidos nos depoimentos apresentados. As fotos e ilustrações utilizadas foram cedidas pelas respectivas organizações envolvidas para divulgação.

Movimento Brasil Competitivo
SBN – Quadra 1 – Bloco B – Sala 404
Edifício CNC
Brasília/DF – 70041-902
Fone/Fax: (61) 3329.2101
mbc@mbc.org.br
www.mbc.org.br

Sumário



Prêmio Nacional de Inovação

VISÃO DAS LIDERANÇAS

ELCIO ANIBAL Presidente do conselho do SESI.....	7
ELCIO ANIBAL Presidente do conselho do SESI.....	8
ELCIO ANIBAL Presidente do conselho do SESI.....	9
ELCIO ANIBAL Presidente do conselho do SESI.....	10
ELCIO ANIBAL Presidente do conselho do SESI.....	11

PRÊMIO NACIONAL DA INOVAÇÃO

Descritivo sobre o Prêmio Nacional de Inovação 2013 + Quadro vencedores 2012	12
Cobertura do Prêmio 2013.....	13
Histórico e Dados do Prêmio	14
Método de Avaliação.....	15
Programas Estaduais de Qualidade Sebrae + Federações Industria	16
Parceiros - Senai, MCTI, Finep.....	22

CASES VENCEDORAS

GESTÃO DA INOVAÇÃO GRANDE EMPRESA 3M do Brasil	26
GESTÃO DA INOVAÇÃO MÉDIA EMPRESA UNUM Tecnologia e Consultoria em Informática	28
GESTÃO DA INOVAÇÃO MIRO/PEQUENA EMPRESA Infoway Serviços Informática	30
MODELO DE NEGÓCIOS GRANDE EMPRESA Natura Cosméticos	32
MODELO DE NEGÓCIOS MÉDIA EMPRESA Higra Industrial Ltda.	34
MODELO DE NEGÓCIOS MICRO/PEQUENA EMPRESA Tecverde Engenharia	36
INOVAÇÃO TECNOLÓGICA GRANDE EMPRESA Embraer S.A.	38
INOVAÇÃO TECNOLÓGICA MÉDIA EMPRESA Maquetec do Brasil	40
INOVAÇÃO TECNOLÓGICA MICRO/PEQUENA EMPRESA Marina Borachas	42
AGENTES LOCAIS DE INOVAÇÃO, SERVIÇO, COMÉRCIO E INDÚSTRIA MICRO/PEQUENA EMPRESA TCA Informática	44
AGENTES LOCAIS DE INOVAÇÃO, SERVIÇO, COMÉRCIO E INDÚSTRIA MICRO/PEQUENA EMPRESA Protex Comércio e Serviços	46
AGENTES LOCAIS DE INOVAÇÃO, SERVIÇO, COMÉRCIO E INDÚSTRIA MICRO/PEQUENA EMPRESA Kranz Inovações Tecnológicas	48



**Prêmio
Nacional
de Inovação**



Jorge Gerdau
Presidente do Sebrae
Nacional



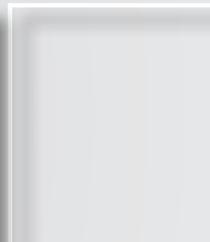
Elcio
Presidente nacional do
Sebrae



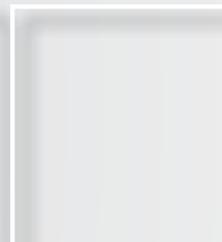
Carlos Alberto
Presidente do Sebrae
Nacional



Luiz Barreto
Presidente do Sebrae
Nacional



CNI 1
Presidente do Sebrae
Nacional



CNI 2
Presidente do Sebrae
Nacional

Visão das Lideranças

VISÃO DAS LIDERANÇAS

Mais do que concorrer e receber o reconhecimento, as organizações participantes representam modelos para a sociedade, multiplicando um ambiente favorável à inovação



Jorge Gerdau
Johannpeter
membro do
Conselho Superior
do Movimento Brasil
Competitivo

Gestão da inovação

O **empreendedorismo** e a inovação têm se tornado cada vez mais decisivos na busca por resultados diferenciados e na melhoria da competitividade, tanto para empresas quanto para o País. Nesse contexto, empreender vai além do lançamento de produtos e serviços e da construção de marcas no mercado, à medida que envolve a busca por soluções para impulsionar o crescimento dos negócios, independente do segmento ou porte das companhias. Paralelamente, a aposta na inovação estimula as organizações a buscarem mais competitividade, ao repensarem seus processos e modernizarem suas atividades, visando ainda mais diferenciação na excelência e na eficiência da gestão.

Realizado pela Confederação Nacional da Indústria, Movimento Brasil Competitivo e SEBRAE, o Prêmio Nacional da Inovação desponta, em sua terceira edição, como um dos mais importantes incentivos e reconhecimentos para a ampliação de conceitos, metodologias e modelos inovadores de gestão.

Num cenário de competitividade crescente, esse tipo de promoção é um instrumento dos mais importantes para todas as organizações brasileiras que pretendem ter uma atuação diferenciada no mercado. Mais do que concorrer e receber o reconhecimento, as organizações participantes representam modelos para a sociedade, multiplicando um ambiente favorável à inovação, incentivando o conhecimento, o empreendedorismo e o desenvolvimento sustentado do País.



Elcio Anibal
de Lucca
Presidente do
Conselho do MBC

VISÃO DAS LIDERANÇAS

A segunda edição nos surpreendeu com uma maior mobilização de estados participantes, além do aumento significativo no nível dos projetos escritos.

Inovação com estratégia

Onde não houver inovação haverá extinção. Onde houver inovação haverá competitividade. A competitividade de um país decorre da capacidade de inovação das empresas e políticas adequadas dos governos, que para isso, por sua vez, necessita inovar. "Se, a princípio, sua ideia não parecer absurda, muito provavelmente ela não é inovação" (Albert Einstein). Essa afirmação continua valendo, tendo em vista que a inovação pode advir da criatividade e da intuição, desde que aplicada, se transforme em resultados.

As unidades de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) das empresas ganharam hoje um aliado que permite inovar de forma científica numa velocidade extraordinária, o que eleva a necessidade dos países e das empresas a investirem cada vez mais,

e mais rapidamente, para chegar à frente ou pelo menos não ficar atrás dos competidores.

Diante da crescente necessidade de agilizar as iniciativas e práticas da inovação, é importante o entendimento de que devemos envidar todos nossos esforços para a melhoria da Gestão da Inovação, quer seja dos produtos e serviços, quer seja em processos e organização.

Aí está a importância do Prêmio Nacional da Inovação, iniciativa que leva o MBC a vislumbrar a oportunidade de consolidar um real movimento que busca a melhoria da gestão em inovação.

A segunda edição nos surpreendeu com uma maior mobilização de estados participantes, além do aumento significativo no nível dos projetos escritos. Essa estatística, que tende a se multiplicar nos próximos anos, contribui diretamente para o ganho de competitividade das instituições, por meio da valorização de ideias

criativas e soluções tecnológicas no setor industrial brasileiro. As empresas agraciadas em 2012 com sedes no Ceará, Paraná, Pernambuco, Piauí, Rio Grande do Sul, São Paulo e em Santa Catarina, representam grande parte do potencial inovador do país.

Cada uma das práticas de sucesso detalhadas nesta publicação deve ser percebida pelas demais organizações brasileiras como um exemplo a ser seguido, motivando gestores a dedicar energia intelectual para transformar e adaptar as empresas, inserindo inovação nos objetivos e estratégias de suas empresas.

Em nome do MBC e dos nossos parceiros nessa iniciativa, Sebrae, Confederação Nacional da Indústria (CNI) e o Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI), através da Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP), desejo que cada uma dessas empresas premiadas se tornem agentes multiplicadores da inovação em suas regiões.

VISÃO DAS LIDERANÇAS

Muito já se fez, mas diante de um horizonte global de competição cada vez mais acirrada, inovar é necessidade urgente. As possibilidades são muitas e há várias iniciativas nesse sentido.



Carlos Alberto dos Santos
Diretor Técnico do Sebrae Nacional

Os pequenos negócios e os desafios da inovação no Brasil

Nem modismo, nem onda. Inovar no Brasil hoje é pré-requisito para aumentar a competitividade da nossa economia. Esse é o desafio prioritário que deve mobilizar governos, iniciativa privada e instituições de ensino, pesquisa e tecnologia nos próximos anos.

Hoje, o Brasil tem um novo mapa da distribuição de renda, em função das políticas públicas de inclusão, geração de emprego e renda, além de mais crédito a um custo menor. Somam-se investimentos em infraestrutura, mobilidade urbana, comunicações e os megaeventos esportivos.

Aumentar a competitividade da economia brasileira, portanto, é condição para que o país possa se desenvolver ainda mais. A necessidade de ganhos de eficiência é flagrante. É preciso se diferenciar, fazer diferente e melhor para que o país garanta padrões internacionais de qualidade e competitividade.

Ampliar os investimento e desmitificar e facilitar o acesso à tecnologia e inovação pelas empresas brasileiras é a questão. E não é missão impossível: requer estratégia, decisão e atitude, além de um ambiente mais favorável na esfera governamental, legislativa e judicial.

Nesse contexto, é viável a agenda de tecnologia e inovação para os pequenos negócios? A experiência do Sebrae mostra que sim. Por serem maioria (99%), gerar atualmente cerca de 70% dos empregos e responder por 40% da massa salarial no Brasil, os pequenos negócios têm papel relevante nesse processo de transformação pelo qual passa a sociedade brasileira.

Micro e pequenas empresas são mais flexíveis e abertas a incorporar as inovações tão necessárias e inadiáveis. Com sua missão de promover a competitividade dos pequenos negócios, o Sebrae conta com vários instrumentos e parcerias que tornam viável o acesso à inovação.

Em 2012, o Sebrae atendeu quase 130 mil empresas com soluções de inovação. Até 2016, cerca de R\$ 1 bilhão serão destinados pelo Sebrae à inovação nos pequenos negócios de todo o país.

Muito já se fez, mas diante de um horizonte global de competição cada vez mais acirrada, inovar é necessidade urgente. As possibilidades são muitas e há várias iniciativas nesse sentido. Os resultados desse esforço inovativo hoje certamente terão forte impacto amanhã.



Luiz Barretto
Presidente do
Sebrae Nacional

VISÃO DAS LIDERANÇAS

Há mais de 40 anos, o Sebrae investe para melhorar a gestão e a operação das empresas de pequeno porte.

O grande negócio de trabalhar com as micro e pequenas empresas

As micro e pequenas empresas podem e devem cumprir cada vez mais uma agenda inovadora no Brasil. Existe um conjunto de bens e serviços dentro da cadeia de valores de grandes empresas que podem ser fornecidos pelos pequenos negócios – desde que eles estejam preparados para entrar nesse mercado mais exigente e competitivo.

Há mais de 40 anos, o Sebrae investe para melhorar a gestão e a operação das empresas de pequeno porte. Recentemente, criamos um programa de alcance nacional para dinamizar nossa atuação e conseguir inserir em maior escala os pequenos negócios no universo produtivo das multinacionais brasileiras.

O Programa Nacional de Encadeamento Produtivo é um dos nossos principais trunfos para fortalecer e desenvolver as micro e pequenas empresas brasileiras e, assim, aumentar a participação delas tanto no mercado interno quanto no externo. Identificamos algumas cadeias produtivas, como a do setor automotivo, de petróleo e gás, do varejo, entre outras, que têm linhas de produção nas quais podem ser encaixados os pequenos negócios.

Ao aproximarmos grandes e pequenas empresas, estimulamos a complementariedade dos papéis de cada uma. E todo mundo sai ganhando. Ganham as pequenas empresas porque se inserem na cadeia de valor da indústria, gerando um maior volume de negócios e o aumento de competitividade. E as grandes empresas também, porque passam a contar com uma gama maior de fornecedores, negociando preços melhores, ampliando a flexibilidade no fornecimento e na distribuição.

O nosso programa já atende mais de 17 mil empresas no Brasil, em quase 100 projetos locais e nacionais, cujo investimento ultrapassa R\$ 100 milhões. Os projetos são realizados em parceria com a Petrobras, Braskem, Vale, Gerdau, Odebrecht, entre outras. A expectativa de negócios sinalizada pelas grandes empresas compradoras foi superior a R\$ 5 bilhões.

Ao ampliarmos mercado para as micro e pequenas empresas, estamos mudando uma cultura empreendedora de que sustentabilidade e inovação não fazem parte do dia-a-dia dos pequenos negócios. Nosso objetivo é que, no futuro, eles estejam qualificados para atuar na cadeia de valor das grandes empresas no Brasil, e posteriormente, se tornarem fornecedores de classe mundial.



**Prêmio
Nacional
de Inovação**

Vencedoras
CICLO **2012**

GESTÃO DA INOVAÇÃO

- Grande Empresa | 3M DO BRASIL
- Média Empresa | UNUM TECNOLOGIA E CONSULTORIA EM INFORMÁTICA
- Micro/Pequena Empresa | INFOWAY SERVIÇOS INFORMÁTICA

MODELO DE NEGÓCIO

- Grande Empresa | NATURA COSMÉTICOS
- Média Empresa | HIGRA INDUSTRIAL LTDA.
- Micro/Pequena Empresa | TECVERDE ENGENHARIA

PROJETOS DE INOVAÇÃO TECNOLÓGICA

- Grande Empresa | EMBRAER S.A.
- Média Empresa | MAQUETEC DO BRASIL
- Micro/Pequena Empresa | MARINA BORRACHAS

AGENTES LOCAIS DE INOVAÇÃO, SERVIÇO, COMÉRCIO E INDÚSTRIA

- Micro/Pequena Empresa | TCA INFORMÁTICA
- Micro/Pequena Empresa | PROTEC COMÉRCIO E SERVIÇOS
- Micro/Pequena Empresa | KRANZ INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS

O ambiente desafiador é um grande direcionador de inovação e crescimento para a 3M.

Cultura da inovação



3M DO BRASIL

Grande Empresa
**GESTÃO
DA INOVAÇÃO**

Fundada em 1902, no estado de Minnesota, nos Estados Unidos, a 3M Company atua oferecendo tecnologias diversificadas para variados segmentos de mercado. O seu perfil de liderança e pioneirismo em Pesquisa & Desenvolvimento (P&D) e em inovação é reconhecido em todo o mundo: a companhia possui fábricas e laboratórios em 73 países, que geram mais de 88 mil empregos diretos, e seus produtos estão presentes nos cinco continentes.

A empresa, que se instalou no Brasil há 67 anos, alcançou US\$ 30 bilhões em suas vendas globais em 2012, registrando no país um faturamento

bruto de R\$ 2,9 bilhões. Atualmente cerca de quatro mil funcionários trabalham em cinco unidades industriais no interior paulista e uma em Manaus/AM. Além disso, detém o controle da Incavas Indústria de Cabos e Vassouras, em Bom Princípio/RS.

O modelo global de negócios da empresa é baseado na inovação, resultado de uma cultura forte em que inovar é a palavra-chave e está presente nos mandamentos que regem todas as atividades da 3M. A partir da aplicação desse conceito em produtos, processos e serviços, a empresa busca antecipar as tendências do mercado e oferecer soluções que vão ao encontro das necessidades dos clientes, contribuindo para o sucesso dos negócios. A companhia investe em sua estrutura e pessoas em busca de inovações para se manter competitiva.

Prêmio
Nacional
de Inovação



A inovação faz parte da cultura da empresa desde a sua fundação e é tratada como uma das estratégias corporativas de crescimento.

Como inovação é o seu modelo de negócios, suas equipes de P&D são responsáveis pelo desenvolvimento e lançamento de centenas de produtos anualmente. No campo dos negócios, a empresa está em constante evolução organizacional e em sintonia com as mudanças sociais, tecnológicas e de hábitos de consumo. Ao longo dos anos, a organização criou vários novos negócios buscando se adequar às oportunidades e demandas em evolução. Também mantém objetivos e métricas com foco em inovação e uma delas é o Índice de Vitalidade de Novos Produtos (NPVI), que avalia o percentual de vendas que provém de produtos lançados nos últimos cinco anos.

Em 2012, 32% de todas as vendas da 3M do Brasil vieram de produtos lançados há cinco anos. O objetivo para 2017 é chegar a 40%. A 3M atua estruturada em cinco grandes grupos de negócios (industrial, saúde, segurança e gráficos, eletrônicos & energia e consumo) que dão origem a diversas unidades de negócios. Os investimentos contínuos em inovação trazem diferenciação e presença no mercado, com liderança em vários segmentos, por meio de uma marca forte e produtos de qualidade. A empresa acredita no desenvolvimento contínuo do Brasil e tem planos futuros de investimentos,

seja em ampliações fabris ou no crescimento das equipes.

Há desafios e oportunidades nas áreas de energia, infraestrutura, saúde e educação e a empresa acredita que o portfólio de produtos e tecnologias permite gerar soluções inovadoras para estas demandas no país. Por gestão de inovação, a 3M compreende a promoção e fomento da cultura de inovação, a conexão do plano de crescimento com os resultados deste conceito, o engajamento da liderança, a capacitação dos funcionários e a gestão dos processos e medidas utilizados para o controle e execução do *pipeline* de inovação, em novos produtos, processos e serviços.

A Empresa

Razão Social: 3M do Brasil Ltda.

Nome fantasia: 3M

Endereço: Rod. Anhanguera, km 110 – Sumaré (SP) – CEP 13181-900

Telefone: (19) 3838.7000

Fax: (19) 3838.6606

E-mail: faleconosco@m3m.com

Site: www.3m.com.br

Redes Sociais: www.3minovacao.com.br

facebook.com/3MdoBrasil

twitter.com/3minovacao

youtube.com/3MBrasil

Empresa privada

Empresa de Grande Porte

Data de Fundação: 1902 (Estados Unidos) e em 1946 (no Brasil)

Número de empregados diretos: 4.200

Diretor presidente: Jose Varela

Diretor de P&D: Alberto Gadioli

Prêmio Nacional de Inovação

Empresa inova nos serviços por meio da cooperação dos sócios.

A cooperação que dá resultado



UNUM TECNOLOGIA E CONSULTORIA EM INFORMÁTICA

Média Empresa
**GESTÃO
DA INOVAÇÃO**

Fundada há 16 anos, a UNUM Tecnologia e Consultoria em Informática é uma das maiores empresas de software de gestão do Brasil. Iniciou sua história com o desenvolvimento e a comercialização do seu sistema de gestão, conhecido como Sistema UNUM ERP (Enterprise Resource Planning ou Sistema Integrado de Gestão Empresarial). A empresa diferencia-se por unir moderno sistema de gestão com a excelência em prestação de serviços de desenvolvimento e consultoria e hospedagem de Banco de Dados, que agregam novas funcionalidades e processos específicos aos clientes. O Sistema UNUM nasceu com o objetivo de oferecer soluções

integradas para gestão, controle e desenvolvimento de negócio, que sustenta e aperfeiçoa os processos empresariais fornecendo informações e ferramentas de forma remota e com operação simples e integrada.

A credibilidade conquistada ao longo da atuação no mercado, aliada a excelência no atendimento, na tecnologia empregada e no desenvolvimento de soluções específicas para o atendimento das necessidades dos clientes são os diferenciais de atuação. Agregou-se a isso uma metodologia ágil e flexível, chamada Scrum, relativa à prestação de serviços de implantação e customização de projetos. A busca contínua da melhoria do sistema faz parte da gestão da UNUM, que acredita na força da solução web.

Prêmio
Nacional
de Inovação



Para se destacar no mercado a UNUM precisou identificar um diferencial competitivo: a flexibilidade em se adaptar aos processos em diversos segmentos.

A empresa atua fortemente nos mercados local, regional e nacional. O Ceará, onde se encontra a sede da empresa, está entre os quatro estados brasileiros cujos governos mais investem na modernização e na tecnologia da informação (TI). Tratando-se do mercado nacional, a previsão é que o faturamento do setor avance 14,5% neste ano, para US\$ 69 bilhões, de acordo com a Abes (Associação Brasileira das Empresas de Software) e que o Brasil lidere a expansão de investimentos em TI em 2013.

DIFERENCIAL COMPETITIVO

Para se destacar no mercado competitivo, a companhia precisou identificar um diferencial: a flexibilidade em se adaptar aos processos dos clientes de diversos segmentos. A empresa procura sempre a melhor e mais atual tecnologia para atender sua clientela, conseguindo antecipar a concretização de soluções para o mercado. Para dar suporte à estratégia de crescimento, a empresa realiza investimentos em Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (PD&I) a fim de obter novos produtos e processos e, conseqüentemente, novos clientes.

SOCIEDADE

A UNUM atua com um modelo de gestão inovador no qual os profissionais são sócios e estão

comprometidos com os resultados da empresa. Desta forma, há o empenho de todos em prover serviços inovadores aos clientes. Uma característica que molda de forma ímpar este modelo é sua organização em times auto-gerenciáveis. A inovação por essência se dá com a cooperação. Assim, os projetos realizados, mesmo que iniciados a partir de uma ideia individual ou de uma equipe, mobiliza toda a empresa, contribuindo para que a dinâmica de execução e recompensa contemple, proporcionalmente, os sócios. Nesse ambiente de cooperação, surge o Núcleo de Apoio a Inovação – NAI, uma iniciativa da empresa para buscar projetos inovadores.

A Empresa

Razão Social: UNUM Tecnologia e Consultoria em Informática LTDA
Nome fantasia: UNUM
Endereço completo: Av. Santos Dumont, 2828 | Cj 1405 - Fortaleza/CE | CEP: 60150-161
Telefone: (85) 4062-9600
E-mail: comercial@unum.com.br
Site: www.unum.com.br
Redes Sociais: <https://www.facebook.com/UNUMerp>
Twitter: https://twitter.com/UNUM_erp
Google+: <https://plus.google.com/b/116456143047792962018/116456143047792962018/posts>
YouTube: <http://www.youtube.com/user/UNUMerp>

Empresa Privada
Porte Média

Data de fundação: 1997

Número de empregados diretos: 75

Presidentes: Carlos Prado Filho e José Luís Ribeiro do Prado

Prêmio
Nacional
de Inovação

Empresa piauiense mostra como a inovação pode fazer a diferença nos processos da empresa.

Inovação: palavra de ordem



INFOWAY SERVIÇOS INFORMÁTICA

Micro/Pequena Empresa

GESTÃO DA INOVAÇÃO

Fundada a partir de uma visão futurista e inovadora, a Infoway, empresa especializada no desenvolvimento de softwares para planos de saúde, apostou no ramo sozinha. Credo na competência e motivação dos profissionais, logo a organização elevou-se ao posto de referência no setor, com cerca de 60 profissionais atuando nas ramificações no Piauí, Ceará, Pernambuco e Amazonas.

Em 1996, a companhia começou a atuar no mercado local, oferecendo um serviço diferenciado e, até então, desconhecido: tecnologia da informação. Foram desenvolvidos softwares

para posto de gasolina, clínica e lojas. A empresa não apenas desenvolvia plataformas, mas uma visão do negócio embarcada dentro de um software que atende a necessidade do cliente e aumenta a produtividade das empresas. Ao longo do tempo, a Infoway se reinventou e buscou um novo posicionamento no mercado da informação: tecnologia aplicada à saúde. A nova roupagem permitiu novos caminhos.

Crescendo rapidamente, os objetivos de curto e médio prazo passaram a se espalhar por todos os estados do Brasil e iniciou uma atuação internacional, impulsionada pela participação no "Projeto de Inteligência Comercial e Internacional", do Sebrae, cujo objetivo é aumentar o volume de exportações de empresas brasileiras. A inovação faz parte da cultura da Infoway desde os seus primeiros passos e esse diferencial tem resultado em um crescimento contínuo.

APLICAÇÃO

O primeiro caso de sucesso foi a reestruturação de um plano de saúde público que enfrentava dificuldades. A Infoway contribuiu não só com softwares, mas com todo o processo de pensamento estratégico, criando um novo modelo de gestão. Surgiu o primeiro produto, iHealth, um sistema de gestão para planos de saúde que atende com eficiência as necessidades de planos de saúde públicos e privados. Em seguida, outro sistema foi lançado, o *Dolphin*, que melhora a eficiência dos processos de cooperativas médicas de qualquer especialidade. Hoje, a Infoway está ligada à gestão de planos de saúde que atendem a mais de 400 mil beneficiários.

Na base da característica inovadora da Infoway está a prática de pesquisa e desenvolvimento. Parte da empresa é composta por mestres e doutores que desenvolvem projetos e produtos inovadores. Um resultado proveniente dessa prática foi a criação do Sense, uma ferramenta de business intelligence (BI) que se conecta às bases de dados de uma empresa e cria indicadores para dar suporte a uma gestão eficiente e direcionada. Com o Sense, uma equipe gestora tem acesso a indicadores que trazem informações valiosas e em tempo real, fazendo com que as decisões de gestão sejam tomadas com segurança. O tempo despendido pelo gestor também terá eficiência máxima, dado que este será alertado pelo Sense quando o indicador atingir um valor que exija ação. O Sense é uma ferramenta que auxilia a gestão, sendo aplicável para qualquer negócio e empresa de pequeno, médio e grande porte.

PRÁTICAS INOVADORAS

A palavra que impulsiona a rotina produtiva na Infoway é inovação, na qual sempre foi incentivada como ponto-chave da organização. Várias práticas são adotadas no dia a dia da empresa como o Knowledge Day, o Tech Day, a Sétima-

A inovação faz parte da cultura da Infoway desde os seus primeiros passos e esse diferencial tem resultado em crescimento contínuo.



-Feira e o Idea Pitch, projetos que estimulam os colaboradores a participarem do desenvolvimento de novas tecnologias e inovações. A Infoway apoia e patrocina o desenvolvimento de projetos inovadores, permitindo que eles sejam incubados dentro do ambiente da empresa até que consigam ter vida própria.

A Empresa

Razão Social: Infoway Tecnologia e Gestão Em Saúde Ltda

Nome fantasia: Infoway

Endereço completo: Rua Antonio Tito, 223 - Jóquei - CEP: 64.048-290 - Teresina - PI

Telefone: +55 86 3131.6111

E-mail: contato@infowayhealthcompany.com.br

Site: www.infowayhealthcompany.com.br/

Redes Sociais: www.facebook.com/infowayhc

Empresa Privada

Empresa de Pequeno Porte

Data de fundação: 1996

Número de empregados diretos: 60

Diretor presidente: Ney Paranaguá - Diretor Geral

Prêmio Nacional de Inovação

Empresa aprimora seleção de fornecedores com o uso de critérios sócioambientais.

Cadeias de Suprimentos Sustentáveis



NATURA COSMÉTICOS

Grande Empresa
MODELO
DE NEGÓCIO

Fundada em 1969, a Natura é a maior fabricante brasileira de cosméticos e produtos de higiene e beleza e líder no setor de venda direta no Brasil. A companhia conta com quase sete mil colaboradores, que atuam nas operações do Brasil, Argentina, Chile, México, Peru, Colômbia e França. A paixão pelas relações fez a organização adotar a venda direta como modelo de negócios e atualmente reúne mais de 1,57 milhão de consultoras, que disseminam a proposta de valor da empresa aos consumidores.

Elemento permanente da gestão empresarial da empresa, a inovação está no centro de cria-

ção de valor da Natura ao longo de sua história. A partir de uma gestão estruturada de modo transversal, a companhia dispõe de uma equipe profissional multidisciplinar e de ferramentas de vanguarda, que pesquisa e desenvolve novos conceitos e produtos, mas também trabalha em soluções que impactam no sistema de gestão, modelo comercial, rede de relações e desempenho socioambiental. A Natura acredita na inovação como um dos pilares para o alcance de um modelo de desenvolvimento sustentável.

Alinhados a essa crença, os aspectos socioambientais são incluídos como critérios no processo de seleção e desenvolvimento dos seus fornecedores. Isso significa que quem causa menos danos ou promove mais ações de prevenção, mitigação ou benéficas tem mais chance de trabalhar e prestar serviços para a Natura. Para

Prêmio
Nacional
de Inovação



Quem causa menos danos ou promove mais ações de prevenção, mitigação ou benéficas tem mais chance de trabalhar e prestar serviços para a Natureza.

auxiliar o processo de seleção, foi desenvolvido um modelo de gestão que leva em consideração a obtenção de resultados *Triple BottomLine*, ou seja, que considera os impactos econômicos, sociais e ambientais de todos os seus fornecedores diretos de insumos e de seus fornecedores significativos de serviços.

Com esse processo, que foi batizado de Cadeias de Suprimentos Sustentáveis (ou SustainableStrategicSourcing, na expressão em inglês), a Natura passou a considerar o real valor, estimado por metodologias científicas, dos aspectos socioambientais na seleção de fornecedores e reforçam os planos e metas de desenvolvimento da cadeia produtiva. O trabalho teve início em 2010 e contou com a parceria dos próprios fornecedores e de uma consultoria internacional. Foram definidos os indicadores de uso de água, emissão de CO2 e investimento em educação dos trabalhadores, entre outros aspectos, para a valoração dos impactos da cadeia de suprimentos. Entre 2011 e 2012, esse modelo foi aplicado para as empresas que fornecem produtos terceirizados, embalagens, matéria-prima e logística, além dos fornecedores de serviços e insumos indiretos, o que representa 87% da base de gastos da empresa. Fornecedores as-

sinaram um compromisso para investir na redução de seu impacto. Com isso, a expectativa é gerar aproximadamente R\$ 16 milhões em melhorias socioambientais em cinco anos. No seu primeiro ano, em 2011, o programa gerou benefícios na ordem de R\$ 1 milhão e, em 2012, alcançou outro R\$ 1,8 milhão.

Olhando para o futuro, a Natura visa a aprofundar seu conceito de inovação em rede e atrair novos parceiros para a construção em conjunto de novos produtos, conceitos e processos. Dessa forma, será possível ampliar o alcance de suas iniciativas, com foco em crescimento, diferenciação e desenvolvimento sustentável.

A Empresa

Razão Social: Natura Cosméticos SA

Nome fantasia: Natura

Endereço completo: Rodovia Anhanguera, km 30,5.

CEP: 07750-000

Telefone: (11) 4446-2000

Site: www.natura.com.br

Redes Sociais:

<https://www.facebook.com/naturanet>

<https://twitter.com/naturanet>

<http://www.youtube.com/user/naturabemestarbem>

<http://www.pinterest.com/natura/>

Empresa Privada

Empresa de Grande Porte

Data de fundação: 1969

Número de empregados diretos: 6.683

Diretor presidente: Alessandro Carlucci

**Prêmio
Nacional
de Inovação**

O Modelo de Negócio teve como princípio garantir a vantagem competitiva da empresa.

Sustentabilidade inovadora



HIGRA INDUSTRIAL LTDA.

Média Empresa
MODELO
DE NEGÓCIO

A **HIGRA** foi fundada em 2000 com o intuito de produzir bombas com eficiência hidroenergética, buscando sempre a sustentabilidade de seus produtos e a inovação. A empresa investiu em diferenciais, tanto no produto, quanto no modelo de gestão inovador, para se destacar no mercado. O seu DNA é a sustentabilidade e as pessoas que estão na empresa fazem parte desse organismo vivo.

Para a **HIGRA**, qualidade não é apenas um diferencial competitivo e sim uma obrigação. Com foco em sustentabilidade e eficiência hidroenergética, a empresa criou produtos in-

vadores, que a tornaram líder no mercado. O modelo de negócio, que alia a sustentabilidade com a inovação, foi desenvolvido aos poucos e sempre é aprimorado, pois a empresa possui um processo de melhoria contínua. A aplicação dele teve como princípio garantir a vantagem competitiva da companhia e faz com que o crescimento da organização seja exponencial.

A **HIGRA** cresce em média 15% ao ano e o número de novos clientes aumenta em 78% ao ano. O Modelo de Negócios a tornou líder no segmento de Bombas Anfíbias e Aeradores Submersos. A empresa é conhecida por sua gestão, seus produtos e preocupação com o meio ambiente, uma tendência muito favorável para os próximos anos, visto que a sustentabilidade é cada vez mais abordada na sociedade e no mercado consumidor. A empresa não teve custos, e sim investimentos ao longo da imple-

Prêmio
Nacional
de Inovação



A HIGRA busca se diferenciar por meio da sustentabilidade, que pode ser vista em seu modelo de negócios e em seus produtos.

mentação do Modelo de Negócios, o que resultou na adoção das normas ISO 14001, ISO 9001 e OHSAS 18001.

Os produtos HIGRA são desenvolvidos para atingir o máximo de eficiência hidroenergética no segmento de bombas e aeradores, nos setores de captação de água, irrigação, saneamento básico, mineração e indústrias. De acordo com a necessidade do cliente, os produtos podem ser customizados para atender a projetos específicos.

Utilizando-se de softwares de última geração, são simuladas situações de campo, buscando assim atingir melhores desempenhos. Durante o processo de produção, os produtos passam por nova série de testes no Laboratório de Ensaio Hidroenergéticos para a obtenção de uma prova real de performance. A HIGRA projeta seus produtos dentro do conceito de alta durabilidade e a qualidade da produção da empresa é garantida pelo selo ISO 9001. Pela facilidade e simplicidade de instalação e manuseio dos produtos é possível reduzir ao mínimo as obras civis e a intervenção nas áreas de instalação, assim como o impacto ambiental e os custos totais da obra. A satisfação do cliente é

o objetivo que norteia o trabalho da HIGRA e a sua linha de produtos é garantia de um investimento rentável e duradouro. A companhia gira em torno da sustentabilidade e atua com base em três pilares: social, econômico e ambiental. A organização adota o modelo de negócios Chefe Zero, isto é, possui equipes autogerenciáveis, em que cada um controla sua função, dentro de uma hierarquia horizontal, onde o gestor serve como facilitador do processo. Buscando promover a melhoria contínua em todas as áreas, a HIGRA criou o Núcleo de Ações Sustentáveis (NAS) e dentro dele estão outros sete núcleos, aos quais pertencem todos os colaboradores da empresa.

A Empresa

Razão Social: HIGRA Industrial Ltda.

Nome fantasia: HIGRA

Endereço completo: Estrada do Socorro, 345 - Bairro Arroio da Manteiga - São Leopoldo/RS - CEP 93135-390

Telefone: (51) 3778.2929

Fax: (51) 3778.2929

E-mail: contato@higra.com.br

Site: www.higra.com.br

Redes Sociais: Facebook: www.facebook.com/higrabrasil

Twitter: twitter.com/_HIGRA_

Empresa Privada

Empresa de Médio Porte

Data de fundação: 30/10/2000

Número de empregados diretos: 46 profissionais

Diretor de Recursos: Alexsandro Geremia

Diretor de Desenvolvimento e Mercado: Silvino Geremia

Prêmio Nacional de Inovação

Plano de negócios voltado à construção de habitações populares teve base colaborativa.

Relevância Social



TECVERDE ENGENHARIA

Micro/Pequena Empresa

MODELO DE NEGÓCIO

A **Tecverde** é uma empresa focada em inovação na construção civil, criada há sete anos em Curitiba, embora sua fundação oficial tenha ocorrido apenas em março de 2009. A empresa visa a se consolidar como referência principal em construção sustentável no país. Seu objetivo principal é proporcionar geração de valor e qualidade de vida aos clientes, a partir de soluções construtivas sustentáveis, tecnologias e processos inovadores e de um processo de pesquisa e desenvolvimento vinculado à demanda por construções mais sustentáveis.

Ao perceberem a oportunidade de trazer tecnologia a um setor de proporções impactantes e, ainda assim, com processos artesanais, os empreendedores da Tecverde buscaram soluções tecnológicas em outros países, que pudessem ser adequadas às necessidades da sociedade brasileira.

A construtora acredita no fortalecimento de uma cultura onde haja o desenvolvimento de parcerias com todos os envolvidos na atividade da construção, inclusive com outras companhias dispostas a compartilhar conhecimento e comprometidas com o bom uso da tecnologia. A Tecverde possui hoje um dos corpos técnicos mais especializados no país para desenvolvimento tecnológico de Construções Energéticas Sustentáveis (CES – Wood Frame e Steel Frame).



O plano foi baseado na troca de informações em rede, com o desafio de inovar em favor da empresa, de seus clientes diretos e dos consumidores finais.

PLANO DE NEGÓCIOS

No início do ano de 2011, a Tecverde iniciou a implementação de um sistema construtivo popular, que ocorreu com a realização do Residencial Haragano, localizado em Pelotas, no sul gaúcho. Com 280 unidades voltadas a moradores com renda entre zero e três salários mínimos, participantes do programa "Minha Casa, Minha Vida", o projeto foi desenvolvido no sistema Wood Frame, que envolve a industrialização da construção e tem larga utilização em países como Chile e Estados Unidos. A escolha pela técnica foi fruto de um trabalho de pesquisa junto à Federação das Indústrias do Estado do Paraná (FIEP) e Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), onde os pesquisadores investigaram as tecnologias disponíveis na Europa e América do Norte.

O plano foi baseado na troca de informações em rede, cuja central de inteligência é continuamente desafiada a inovar em favor próprio, de seus clientes diretos e dos consumidores finais dos produtos oferecidos. Nesse ambiente, o desenvolvimento de soluções é mais rápido que o processo convencional de desenvolvimento vertical.

Ao atuar na faixa em que se concentra cerca de 90% do déficit habitacional do país, o modelo de negócios desenvolvido passou a ter um

alto potencial de relevância, ratificado a cada contratação de licenciamento, desenvolvimento de novas soluções e, principalmente, a cada família bem atendida. O trabalho realizado gerou a criação de uma nova empresa para explorar o mercado de habitações de interesse social, batizada de Rede Tecverde, cujo objetivo é o desenvolvimento de tecnologias para construção civil e o licenciamento das mesmas para o construtor, envolvendo a redução significativa do impacto ambiental do setor da construção civil, com o uso de matéria-prima renovável, redução de resíduos e emissão de CO₂; a diminuição do déficit habitacional no Brasil por meio da realização de obras com prazos reduzidos e custos altamente competitivos e o aumento do padrão de qualidade da indústria da construção civil.

A Empresa

Razão Social: Tecverde Engenharia Ltda
Nome fantasia: Tecverde Engenharia
Endereço: Rua Inacio Lustosa 761, Centro, Curitiba-PR, CEP 80510-000
Telefone: (41) 3209.2431
E-mail: caio@tecverde.com.br
Site: tecverde.com.br
Redes Sociais: Facebook, Youtube

Empresa privada
Empresa de Pequeno Porte
Data de fundação: 2009
Número de empregados diretos: 40
CEO: Caio P. Bonatto

**Prêmio
Nacional
de Inovação**

Embraer desenvolve ferramenta de monitoramento de falhas de operação, diminuindo custos com aeronaves.

Eficiência no ar



EMBRAER S.A.

Grande Empresa
PROJETOS DE
INOVAÇÃO
TECNOLÓGICA

Maior fabricante de produtos manufaturados de alta tecnologia do Brasil, a Embraer, fundada em 1969, tem suas raízes na inovação e é resultante de um projeto de Estado que mirava o domínio da tecnologia aeroespacial. A implantação do Instituto Tecnológico da Aeronáutica (ITA) e do hoje Departamento de Ciência e Tecnologia Aeroespacial – DCTA, entre os anos 40 e 50, foram sementes de um plano visando à geração de ciência, tecnologia e desenvolvimento industrial e comercial.

Dentre os vários programas experimentais desenvolvidos pelas instituições, está o avião Ban-

deirante, de 1965, projeto que deu origem à Embraer e viria a desempenhar papel fundamental na implantação do transporte aéreo regional em todo o mundo.

Essa atuação global ganhou novo impulso com a privatização da companhia em 1994. Hoje ela está presente em mais de 80 países, na aviação comercial, executiva e área de Defesa & Segurança, sendo líder na categoria de jatos comerciais de 70 a 120 assentos. Como pioneira do setor aeronáutico, a empresa lançou dezenas de produtos e abriu mercados. Por tudo isso, a pesquisa e o desenvolvimento podem ser considerados parte de sua atividade diária. As metodologias de estímulo à inovação buscam incentivar continuamente todos os profissionais a pensar em processos e estratégias que tragam benefícios à organização.

Prêmio
Nacional
de Inovação



A adoção da nova tecnologia permitiu o aumento da vida útil dos equipamentos, redução do custo de manutenção e de emissão de poluentes.

EFICÁCIA NO CONTROLE DE CUSTOS

A confiabilidade é a base das operações das empresas aéreas regulares. É por isso que a Embraer desenvolveu o AHeAd-PRO (abreviatura em inglês de Aircraft Health Analysis and Diagnosis System), um sistema inovador de condição, análise e diagnóstico da aeronave disponível em cada jato comercial (E-Jet).

O AHeAd-PRO é uma plataforma computacional baseada na web, que permite que as companhias aéreas monitorem continuamente o desempenho de um E-Jet durante o voo. Ele transmite regularmente dados de identificação de falhas, para que sejam analisados pelo pessoal em solo antes que essas se manifestem, possibilitando que a manutenção seja planejada para a próxima escala de trabalho. Com esse monitoramento, o sistema contribui para diminuir custos e aumentar a eficiência operacional, permitindo também que as equipes de manutenção das empresas aéreas monitorem o histórico operacional de cada E-Jet na frota, para minimizar o tempo em solo e maximizar o tempo no ar.

Seu desenvolvimento incluiu estudos que apontavam cerca de 50 linhas aéreas em potencial para esta nova tecnologia, representando mais de 600 aeronaves. O projeto foi concebido com a integração entre as diversas áreas envolvidas,

tanto no aspecto tecnológico, quanto operacional e de negócios, e foi custeado com recursos internos das diversas áreas envolvidas.

Durante a etapa de preparação do projeto, constatou-se que aviões ineficientes aumentam o uso do combustível, tornando a operação mais cara para o cliente e menos sustentável para o meio ambiente. Com a adoção da nova tecnologia, foi possível o aumento da vida útil dos equipamentos; da disponibilidade do produto para seus clientes; da redução do custo de manutenção, além do consumo de combustível e, conseqüentemente, diminuição da emissão de poluentes. O aumento da eficiência com o AHeAd-PRO pôde ser comprovado com o aumento do índice de favorabilidade de 76% para 90%.

A Empresa

Razão Social: Embraer SA
Nome fantasia: Embraer
Endereço completo: Av. Brigadeiro Faria Lima, 2.170 - CEP 12227-901 - São José dos Campos-SP
Telefone: (12) 3927.1000
E-mail: press@embraer.com.br
Site: www.embraer.com.br
Redes Sociais: twitter: @embraersa
facebook: Embraer S.A.

Empresa Privada
Empresa de Grande Porte
Data de fundação: 19 de agosto de 1969
Número de empregados diretos: 18 mil
Diretor presidente: Frederico Fleury Curado

**Prêmio
Nacional
de Inovação**

Empresa gaúcha desenvolve máquina que confere versatilidade a processos de pintura de componentes de calçados

Aprimoramento no setor calçadista



MAQUETEC DO BRASIL

Média Empresa
PROJETOS DE
INOVAÇÃO
TECNOLÓGICA

A **Maquetec** do Brasil foi fundada em 1993, no município de Novo Hamburgo, no Rio Grande do Sul, com o objetivo de realizar inovações em processos na área de acabamentos para calçados e pintura de saltos e solados. A empresa foi pioneira na fabricação de moldes de alumínio e máquinas de pintura e tampografia. Além disso, viabilizou projetos diversos para a indústria calçadista brasileira, agregando design diferenciado e fornecendo todos os periféricos para a produção de pares em grande escala. Atualmente, atende clientes em território nacional e em todos os países da América Latina.

O início de suas atividades envolveu a fabricação de equipamentos de madeira e fibra, matéria-prima presente nos moldes para a pintura de detalhes de saltos e solados, além de móveis residenciais sob encomenda. Em 2001, a Maquetec introduziu inovações que permitiram a criação de moldes em alumínio para pintura de solados e sandálias, viabilizando projetos de grande escala concebidos para fornecer à Grendene, um dos maiores players mundiais do setor calçadista. Em função da grande demanda, a administração da companhia decidiu direcionar o foco somente na indústria, e encerrou a fabricação de móveis.

Em 2001, a Maquetec do Brasil iniciou a fabricação de máquinas automatizadas para a pintura de saltos e soldados, passando a apresentar seus produtos em feiras como a FIMEC e a

Prêmio
Nacional
de Inovação



A introdução do equipamento no mercado proporcionou um incremento de 700% no faturamento da companhia desde que passou a ser comercializada.

FRANCAL, que acontecem anualmente. Para aumentar sua competitividade nos mercados em que atua, a Maquetec do Brasil possui uma equipe permanente de desenvolvimento e inovação, responsável pela melhoria de processos e criação de soluções voltadas a equipamentos e processos de produção.

PRODUÇÃO FACILITADA

Em 2004, a empresa iniciou um longo trabalho em pesquisa e desenvolvimento, em busca de um equipamento ambientalmente sustentável e comercialmente viável. O esforço empreendido resultou na criação da IGM-4400, máquina de tampografia voltada a oferecer mais versatilidade no processo de fabricação de calçados, permitindo o trabalho com materiais planos, como palmilhas, além de solados e saltos.

Depois de cinco anos de estudos e testes, que passaram pela experimentação e busca de matérias-primas para os componentes do equipamento, bem como de tintas e outros itens, o primeiro exemplar da máquina foi lançado em 2009, marcando o pioneirismo da empresa no uso dessa técnica. Todos os setores internos foram envolvidos na concepção e realização do projeto, que contou com recursos oriundos da própria Maquetec do Brasil.

A solução lançada melhorou o processo de tampografia, permitindo criar e desenvolver design diferenciado para a moda do calçado, aprimorando não só a qualidade dos produtos, mas também facilitando o cotidiano das pessoas que operam esse tipo de equipamento. A IGM-4400 gerou uma gama de produtos com finalidades específicas diversas, e funções voltadas a diferentes demandas. A introdução do equipamento no mercado proporcionou um incremento de 700% no faturamento da companhia desde que passou a ser comercializada, além do reconhecimento de pequenas, médias e grandes empresas no tocante à qualidade da resolução de imagens disponível na máquina.

A Empresa

Razão Social: Maquetec do Brasil Indústria e Comércio de Máquinas e Equipamentos Ltda.

Nome fantasia: Maquetec do Brasil

Endereço: Rua Oslo, 490, bairro Canudos, Novo Hamburgo – CEP 93542-180

Telefone: (51) 3524.8033

Fax: (51) 3524.8033

E-mail: gerson@maquetec.com.br

Site: www.maquetec.com.br

Redes Sociais: facebook maquetec@maquetec.com.br

Empresa privada

Empresa de médio porte

Data de fundação: 19/02/1993

Número de empregados diretos: 21

Diretor Comercial: Gerson Luiz Lorscheitter

Diretora Financeira: Margarida Lorscheitter

Prêmio Nacional de Inovação

Empresa de Triunfo/RS desenvolve Silica Verde, derivada dos resíduos da queima da casca de arroz.

Matéria-prima sustentável



MARINA BORRACHAS

Micro/Pequena Empresa
PROJETOS DE
INOVAÇÃO
TECNOLÓGICA

Ser referência em inovação no setor de borrachas é a visão estratégica da empresa Marina, que atua no pólo petroquímico de Triunfo, no Rio Grande do Sul. Desde sua fundação, em 2004, a organização busca se aprimorar tecnologicamente, com o desenvolvimento de matérias-primas sustentáveis.

A Marina iniciou suas atividades com a produção de peças para amortecedores, baseadas principalmente no uso da borracha natural. Em decorrência de mudanças macroeconômicas ocorridas nos últimos cinco anos, a companhia adotou a inovação como sua principal estraté-

gia, buscando diminuir custos e agregar valor aos itens oferecidos, e gerando economia também para seus clientes.

Assim, começou a participar de editais de inovação e busca engajar um corpo técnico de alta formação. Nesse processo, substituiu sua linha de produtos gradativamente, passando a desenvolver materiais com especificações técnicas diferenciadas, dentro dos requisitos exigidos pela indústria de petróleo e gás. Ao longo de sua trajetória, a empresa certificou-se com a ISO 9002, e se tornou a primeira fabricante de anéis de vedação de perfluorelastômero do Brasil. Com a atuação de uma equipe multidisciplinar, foi finalista em eventos destacados do setor de inovação, como o Sebrae Inova, o Prêmio CNI de Inovação, entre outros.

Prêmio
Nacional
de Inovação



A Marina pretende incrementar seu faturamento em cerca de 30%, a partir de novos projetos, utilizando a nanotecnologia como o principal foco de pesquisa para os próximos três anos.

APROVEITAMENTO DE RESÍDUOS

O resíduo decorrente da produção do arroz em casca gera 12 milhões de toneladas do produto anualmente, segundo estimativas do setor. A casca do cereal é comumente usada para gerar energia renovável, por meio de sua queima em usinas termoelétricas. Porém, acaba gerando grande quantidade de cinza. Para esse processo se tornar sustentável, foi necessário encontrar uma aplicação para o grande volume de resíduos gerados (cerca de 360 mil toneladas anuais), com valor agregado e aplicação em processos industriais. O projeto foi inscrito no Prêmio Nacional de Inovação, pela Marina Borrachas, envolve o uso da Silica Verde (cinza) no processo industrial da borracha.

A Silica Verde conta com uma combinação média de 15% de carbono e 85% de sílica, baixo teor de umidade e boa compatibilidade com a borracha, entre outros atributos que são de alta importância para o setor.

Frente a estas características a ideia foi utilizar a Silica Verde em substituição parcial da sílica precipitada ou do negro de fumo. Em um cronograma de 24 meses e com investimento próprio de R\$ 260 mil, as metas envolveram o desenvolvimento da formula-

ção do material e, na sequência, do produto em si, bem como a realização de testes e sua validação junto ao cliente. O processo foi executado sob as diretrizes de gestão de projeto da empresa, gerenciado pela metodologia AdvancedProductQuality Planning (APQP).

A Marina pretende incrementar seu faturamento em cerca de 30%, a partir de novos projetos e com a inclusão em programas de subvenção, utilizando a nanotecnologia como o principal foco de pesquisa para os próximos três anos, e tendo na Silica Verde o elemento chave para esses estudos. Com isso, a Marina pretende aumentar seu leque de clientes, participando de parcerias tecnológicas e expondo seu trabalho em feiras e eventos internacionais.

A Empresa

Razão Social: Marina Borrachas Ltda
Nome fantasia: Marina
Endereço: Rua Bufadieno, 5A, Triunfo-RS, CEP 95840-000
Telefone: (51) 3698.1220
E-mail: marinaborrachas@gmail.com
Site: www.marinatecnologia.com.br

Empresa privada
Porte: Micro-empresa
Data de fundação: 2004
Número de empregados diretos: 30
CEO: Diana Finkler
Diretor de Inovação: Diego Ivan Petkowicz

Prêmio
Nacional
de Inovação

Ao longo de seus 25 anos, a TCA implementa uma inovação de produto a cada dois anos, o que garante a sua longevidade.

Modelo de gestão que produz inovação



TCA INFORMÁTICA

Micro/Pequena Empresa

AGENTES
LOCAIS DE
INOVAÇÃO,
SERVIÇO,
COMÉRCIO
E INDÚSTRIA

A **TCA Informática**, com sede no município gaúcho de Taquara, foi fundada em 1988 para atender a demandas na área de manutenção de computadores no Vale do Paranhana. Sua visão de futuro fez com que, em 1995, a empresa passasse também a atuar como provedor de internet, sendo o primeiro prestador desse tipo de serviço no interior do Rio Grande do Sul a entrar em operação. Atualmente, a TCA está organizada em duas unidades de negócio: Serviços Internet, que atende às regiões Vale do Paranhana, Sinos e Grande Porto Alegre, e a Unidade Sistemas, que atende a todo o país e exterior.

Durante seus 25 anos de existência, a TCA criou produtos como o Timework, controle de acessos, o Kidbit, kit de robótica educacional e, mais recentemente, o SCOPI, software de planejamento estratégico e gerenciamento de projetos, processos e indicadores que atualmente conta com mais de 8 mil usuários no Brasil e no exterior. O software é o primeiro disponibilizado por uma empresa gaúcha, a oferecer gerenciamento de projetos, integrado ao planejamento estratégico, via web, e é resultado concreto da cultura da inovação, que viabiliza a diversificação de produto e mercados da TCA. As vendas do SCOPI, juntamente com a Internet via fibra ótica, outra inovação da empresa, proporcionaram a superação das metas de faturamento da TCA, além de atingir uma lucratividade superior à média histórica da empresa nos últimos dez anos.

Prêmio
Nacional
de Inovação



As vendas do SCOPI proporcionaram a superação das metas de faturamento geral da TCA para 2012, além do lucro superior à média histórica da empresa.

CONTROLE E EVOLUÇÃO DE PROCESSOS DE INOVAÇÃO

Desde 1996, a TCA desenvolve uma política de participação nos resultados (PPR), reconhecida em termo assinado com o sindicato da categoria. Um de seus critérios torna a criatividade elemento chave no processo de inovação e sustentabilidade da companhia. A cada semestre, os colaboradores avaliam a si mesmos e à empresa, cuja média de notas supera a meta estabelecida. Ao longo de 25 anos de trajetória, funcionários já se tornaram sócios, como medida de reconhecimento e recompensa. O conjunto dessas ações impulsiona e sustenta a geração de inovação, pois não há sentimento de acomodação.

A TCA possui uma matriz de indicadores sistematizados num software que permite visualizar gráficos e relógios que apontam o atingimento ou não das metas previamente estabelecidas, subdivididas por objetivos estratégicos e perspectivas do Balanced Scorecard BSC. Reuniões mensais de diretoria e com a equipe são realizadas, onde os indicadores são avaliados em grupo, juntamente com os impactos e a relevância das inovações.

Por meio do trabalho de seus gestores, a TCA dissemina a gestão estratégica para sua equipe, onde a inovação também está incorporada em

métodos e ferramentas validados em processos de avaliação como os do Programa Gaúcho da Qualidade e Produtividade, e o MPE Brasil. A TCA busca, ainda, promover uma inovação a cada dois anos, que passa a fazer parte do portfólio de produtos da empresa. E, internamente, iniciativas inovadoras foram implantadas, incluindo o apadrinhamento de novos colaboradores por funcionários mais antigos na companhia, a sistematização dos processos principais da TCA em procedimentos e fluxogramas, a prática do 5S, entre outras medidas. Qualquer colaborador tem autonomia para apresentar ideias sistematizadas para que a inovação aconteça na organização. Ao longo dos anos, a TCA foi aproximando seus funcionários dessa cultura, com capacitações e disponibilidade de ferramentas tecnológicas.

A Empresa

Razão Social: TCA Informática Ltda
Nome fantasia: TCA
Endereço: Rua Ernesto Alves, 2797, Bairro Jardim do Prado, Taquara, RS, CEP 95600-000
Telefone: (51) 3542.9100
Fax: (51) 3541.9100
E-mail: tca@tca.com.br
Site: www.tca.com.br
Redes Sociais: facebook.com/tcainformatica

Empresa Privada
Empresa de Pequeno Porte
Data de fundação: 01/10/1988
Número de empregados diretos: 30
Diretor Unidade Serviços: Carlos Henrique Linden
Diretor Unidade Sistemas: Marcos Kayser

Prêmio Nacional de Inovação

Política de inovação da pernambucana Protec envolve ampla participação dos funcionários.

Foco nos colaboradores



PROTEC COMÉRCIO E SERVIÇOS

Micro/Pequena Empresa

AGENTES
LOCAIS DE
INOVAÇÃO,
SERVIÇO,
COMÉRCIO
E INDÚSTRIA

A principal motivação para a criação da Protec, fundada em agosto de 1997, foi oferecer soluções inovadoras em manutenção e automação industrial na região Nordeste. Essa necessidade foi identificada para suprir o mercado local, que até então era muito dependente das empresas do Sul e Sudeste do Brasil. Dessa forma, a Protec se tornou a primeira empresa no Nordeste a oferecer um corpo técnico de consultores capacitados em fábrica e estoque amplo, inclusive com peças para pronta entrega.

Na época, o foco principal de atuação da empresa era o setor de vedações industriais. Porém,

com a análise das necessidades do mercado, a Protec passou a fornecer produtos de automação pneumática, acionamentos, válvulas industriais. Esses novos itens proporcionaram um incremento no faturamento e um crescimento no número de clientes, abrangendo outras regiões que, anteriormente, precisava ir a outros estados para obter uma linha de produtos mais diversificada.

APERFEIÇOAMENTO CONSTANTE

Desde a fundação da empresa, políticas de gestão da inovação têm sido constantemente aplicadas, com o propósito de superar obstáculos e se manter sustentável no mercado. Nesse sentido, a Protec sempre buscou inovações em processos, serviços, mix de produtos e administração, com a realização e participação em

Prêmio
Nacional
de Inovação

workshops, cursos, intercâmbios profissionais e educacionais, entre outras iniciativas que envolvem todos os setores da organização.

Essas práticas, aplicadas de forma sistemática, contribuem para a melhoria do clima organizacional, a motivação dos colaboradores estimulando o envolvimento com a empresa de maneira espontânea— além do aumento do nível de satisfação de clientes e fornecedores. O levantamento de informações para o desenvolvimento de ações em todas as áreas da empresa é realizado por meio de pesquisas, workshops e ações como o programa Sua Ideia Vale Ouro, voltado à coleta de sugestões de aprimoramento e melhorias junto a todos os colaboradores e que prevê o reconhecimento às melhores ideias apresentadas, além da participação nos lucros gerados pelos projetos implantados.

Os resultados obtidos são constantemente avaliados, por meio de um painel com as ideias implementadas, e medidas por sua rentabilidade, lucratividade e aceitação. Igualmente, a empresa possui o acompanhamento do alcance de metas sob as perspectivas do *Balanced Score Card* (BSC), com periodicidade mensal.

EQUIPE INOVADORA

A Protec é uma empresa que promove constantemente inovação e melhorias nos seus processos, entre eles, estão o Encontro Entre Amigos, realizado quinzenalmente com os colaboradores da empresa, e que proporciona um ambiente amigável à exposição de ideias; o projeto Colega Professor, que incentiva o compartilhamento de conhecimento entre os colegas de trabalho; o Programa de Incentivo à Graduação, disponibiliza ajuda financeira para o custeio de cursos de graduação e pós-graduação, auxiliando na construção de uma carreira sólida na empresa. A Protec conta também com um ambiente voltado ao estímulo das potencialidades de seus colaboradores no próprio

A Protec já empreendeu com várias iniciativas, que abrangem processos internos e ações de marketing, tendo em seu corpo funcional um importante aliado na geração de inovação.



espaço da empresa, com palavras de incentivo e um local de relaxamento para os funcionários.

A empresa planeja ampliar sua captação de recursos para inovar, aproximando-se dos órgãos e iniciativas de fomento existentes. O plano é aumentar a atuação da Protec em nichos emergentes, com a implantação de escritórios locais nos principais polos de crescimento industrial do estado. Para isso, investe na capacitação técnica de seus colaboradores trabalhando também na consolidação de outras duas empresas do grupo, focadas especificamente no setor ambiental.

A Empresa

Razão Social: Protec Comércio e Serviços Ltda.
Nome fantasia: Protec
Endereço: Rua da Concórdia, 915 – São José – Recife – PE
CEP 50020-050
Telefone: (81) 3316.4492
E-mail: Andre.Carvalho@protecpe.com.br
Site: www.protecpe.com.br
Redes Sociais: Facebook.com/Protecpe

Empresa Privada
Empresa de pequeno porte
Data de fundação: 22/08/1997
Número de empregados diretos: 12
Diretor: André Carvalho

**Prêmio
Nacional
de Inovação**

Kranz Technology tem em órgãos governamentais e no meio acadêmico, importantes aliados para o desenvolvimento tecnológico.

Inovação sem conservantes



KRANZ INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS

Micro/Pequena Empresa

**AGENTES
LOCAIS DE
INOVAÇÃO,
SERVIÇO,
COMÉRCIO
E INDÚSTRIA**

A **produção** de vinhos, sucos e geleias *premiun*, direcionada a consumidores exigentes, foi a principal motivação por trás da fundação da Kranz Technology, voltada ao desenvolvimento dos produtos comercializados pela Vinícola Kranz, de Treze Tílias, Santa Catarina. Desde seu início, em 2010, a empresa buscou manter atualizado seu portfólio de produtos por meio da implementação das tecnologias necessárias para o desenvolvimento dos processos e técnicas utilizadas na linha de fabricação.

A Kranz Technology está plenamente inserida em um cenário regional voltado à valorização

do empreendedorismo e a busca pelo sucesso, que impulsionaram a trajetória de outras empresas originadas no município. No entanto, a Kranz considera-se pioneira, ao colocar, de forma concreta, um conceito que prima pela inovação em produtos, processos e serviços diferenciados, de forma a manter uma oferta renovada e adequada às necessidades do mercado e de seu público, com a possibilidade de intensificar sua competitividade também no cenário internacional.

AS PRÁTICAS DE GESTÃO DA INOVAÇÃO

Na Kranz, a própria natureza do negócio exige uma postura constante de busca pela inovação, o que, desde o início, engaja todos os departamentos da empresa no tocante ao desenvolvi-

**Prêmio
Nacional
de Inovação**



Foi possível alcançar o desenvolvimento de itens que atendam a uma das principais tendências atuais, com produtos cada vez mais naturais e sem a adição de conservantes e aditivos.

mento de uma cultura inovadora, onde todas as ideias possam ser compartilhadas.

Para proporcionar esse ambiente, a Kranz primou por encontrar parceiros e oportunidades de intercâmbio por meio da participação em feiras e missões nacionais e internacionais, além de consultorias especiais em órgãos como o SEBRAE, a Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina (FIESC), o Movimento Brasil Competitivo (MBC), a Confederação Nacional da Indústria (CNI), a Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina (EPAGRI), a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), e a parceria com o meio acadêmico.

Desse modo, foi possível alcançar o desenvolvimento de itens que atendam uma das principais tendências atuais do mercado de bebidas e insumos alimentícios, que é a fabricação de produtos cada vez mais naturais e sem a adição de conservantes e aditivos. O resultado é o conforto e satisfação dos consumidores e o fomento para o desenvolvimento desse segmento, com a chegada de novas empresas e o crescimento competitivo desse cenário, motivando mais inovações.

Um dos produtos desenvolvidos por meio dessa política foi a elaboração e o desenvolvimento de

um suco de maçã 100% natural, não filtrado, que preserva as fibras da fruta e seu teor de proteínas e pectinas. A qualidade do suco, oriundo de maçãs plantadas na serra catarinense, a cerca de 1400m de altura, também possibilitou a produção de blends com outros sucos, como de morango, uva, limão, entre outros. Além do acesso a incentivos governamentais, a Kranz conta com um orçamento próprio para o aperfeiçoamento e concepção de novos produtos a serem inseridos na linha produtiva da vinícola. A análise da aceitação desses itens, das expectativas do consumidor e das ações da concorrência são levadas em conta na manutenção dos aprimoramentos e inovações para os quais a Kranz está continuamente aparelhada.

A Empresa

Razão Social: Kranz Inovações Tecnológicas Ltda
Nome fantasia: Kranz Technology
Endereço: Rua dos Pioneiros, 220, Centro, Treze Tílias-SC, CEP: 89650-000
Telefone: (49) 3537.0833
E-mail: walterfilho@grupokranz.com.br
Site: www.vinicolakranz.com.br

Empresa Privada
Empresa de Pequeno Porte
Data de fundação: 31/08/2010
Número de empregados diretos: 2
Presidente: Walter Melik Kranz
Gerente: Walter Melik Kranz Filho

**Prêmio
Nacional
de Inovação**

www.premiompe.sebrae.com.br



**Prêmio
Nacional
de Inovação**



Realizadores



Parceiros

Ministério da
**Ciência, Tecnologia
e Inovação**

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA