



Prêmio Nacional de Inovação

PUBLICAÇÃO DE RESULTADOS
EDIÇÃO 2014/2015



Especialistas em pequenos negócios



Confederação Nacional da Indústria

CNI. A FORÇA DO BRASIL INDÚSTRIA

BRASÍLIA · 2015



Prêmio Nacional de Inovação

PUBLICAÇÃO DE RESULTADOS
EDIÇÃO 2014/2015



Especialistas em pequenos negócios



Confederação Nacional da Indústria

CNI. A FORÇA DO BRASIL INDÚSTRIA

**CONFEDERAÇÃO NACIONAL
DA INDÚSTRIA (CNI)**

Robson Braga de Andrade
Presidente

Diretoria de Desenvolvimento Industrial

Carlos Eduardo Abijaodi
Diretor

Diretoria de Comunicação

Carlos Alberto Barreiros
Diretor

Diretoria de Educação e Tecnologia

Rafael Esmeraldo Lucchesi Ramacciotti
Diretor

Julio Sergio de Maya Pedrosa Moreira
Diretor-Adjunto

Diretoria de Inovação

Gianna Sagazio
Diretora de Inovação

Diretoria de Políticas e Estratégia

José Augusto Coelho Fernandes
Diretor

Diretoria de Relações Institucionais

Mônica Messenberg Guimarães
Diretora

Diretoria de Serviços Corporativos

Fernando Augusto Trivellato
Diretor

Diretoria Jurídica

Hélio José Ferreira Rocha
Diretor

Diretoria CNI/SP

Carlos Alberto Pires
Diretor

**SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO
E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE)**

Robson Braga de Andrade
Presidente do Conselho Deliberativo Nacional

Presidência

Guilherme Afif Domingos
Diretor-Presidente

Diretoria Técnica

Heloisa Regina Guimarães de Menezes
Diretora Técnica

Diretoria de Administração e Finanças

Luiz Eduardo Pereira Barretto Filho
Diretor de Administração e Finanças



Prêmio Nacional de Inovação

**PUBLICAÇÃO DE RESULTADOS
EDIÇÃO 2014/2015**

© 2015. **CNI – Confederação Nacional da Indústria.**

© 2015. **SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.**

Qualquer parte desta obra poderá ser reproduzida, desde que citada a fonte.

CNI

Diretoria de Inovação (DI)

SEBRAE

Unidade de Acesso à Inovação e Tecnologia (UAIT)

Unidade de Atendimento Setorial Indústria (UASIN)

FICHA CATALOGRÁFICA

C748p

Confederação Nacional da Indústria.

Prêmio nacional de inovação / Confederação Nacional da Indústria,
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. –

Brasília : CNI : SEBRAE, 2015.

86 p.: il.

1. Inovação I. Título

CDU: 005.591.6

CNI

SEDE

Setor Bancário Norte

Quadra 1 – Bloco C

Edifício Roberto Simonsen

70040-903 – Brasília-DF

Tel.: (0xx61) 3317-9000

Fax: (0xx61) 3317-9994

www.portaldaindustria.com.br/cni/

SEBRAE

SEDE

SGAS Quadra 605 – Conjunto A

70200-904 – Brasília-DF

Tel.: (0xx61) 3348-7100

Fax: (0xx61) 3347-4120

www.sebrae.com.br

SUMÁRIO

8

O PRÊMIO

11

CISER

18

DUBLAUTO
GAÚCHA

26

PAIVA PIOVESAN
SOFTWARES

32

TECSISTEL

38

JERA

43

CENTRAL DAS
IMPRESSORAS

49

VOTARANTIM
CIMENTOS

56

PROFILÁTICA

63

HITECHNOLOGIES

71

NATURA
COSMÉTICOS

76

PREMIAÇÕES



Prêmio Nacional de Inovação

**PUBLICAÇÃO
DE RESULTADOS**

**EDIÇÃO
2014/2015**

Uma iniciativa da Mobilização Empresarial pela Inovação (MEI), o Prêmio Nacional de Inovação é realizado pela Confederação Nacional da Indústria (CNI) e pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), com o apoio da Financiadora de Estudos e Projetos (Finep), do Ministério de Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI), do Movimento Brasil Competitivo (MBC), do Instituto Euvaldo Lodi (IEL) e do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai).

O Prêmio destina-se às empresas brasileiras, incluindo todas as indústrias e Micro e Pequenas Empresas (MPEs) dos setores indústria, comércio e serviço. Possui como objetivo incentivar, reconhecer e premiar empresas que contribuíram para o aumento da competitividade do País. Além disso, ele é o único que inova ao enviar Relatório de Avaliação desenvolvido especialmente para cada um dos projetos inscritos, apresentando os pontos fortes e as oportunidades de melhorias, tornando-se parte de um processo educativo para que as empresas possam ampliar ainda mais suas inovações.

O Prêmio Nacional de Inovação inclui um rigoroso processo de avaliação. A primeira etapa consiste na análise preliminar que tem o objetivo de qualificar as inscrições. É realizada por uma equipe de consultores avaliadores, que verificam as informações da candidatura inscrita.

Na segunda etapa, uma dupla de avaliadores realizam as entrevistas telefônicas, para uma análise de consistência, que leva em conta evidências para identificar o grau de maturidade em que a prática da gestão de inovação se encontra.

A 1ª Banca de Juízes corresponde à terceira etapa de avaliação que analisa as empresas com maior pontuação na etapa anterior. Para manter o sigilo, as candidatas são apresentadas aos juízes por meio de códigos. Os juízes são especialistas técnicos de instituições que promovem a inovação no País e possuem a responsabilidade de eleger as candidatas que participarão da quarta etapa de avaliação, que consiste na fase de visita técnica. As empresas selecionadas são chamadas de semifinalistas e recebem em sua instalação física uma dupla de avaliadores do prêmio. No local, são verificadas as evidências, práticas de gestão e inovações apresentadas nas etapas anteriores.

As semifinalistas são apresentadas na quinta e última etapa de avaliação, denominada 2ª Banca de Juízes, composta por dirigentes das instituições realizadoras e convidadas, cuja responsabilidade é avaliar os resultados das visitas técnicas e definir as candidatas finalistas e as vencedoras do Prêmio Nacional de Inovação em cada categoria e modalidade.

As categorias são Gestão da Inovação, Agente Local de Inovação, Inovação Tecnológica e Inovação em Modelo de Negócio. As modalidades dividem-se em grandes, médias e pequenas empresas. Apenas a categoria Agente Local de Inovação (ALI) possui as modalidades comércio, serviço e indústria destinadas às MPEs participantes do Programa ALI do Sebrae, o qual objetiva promover a cultura da inovação nos pequenos negócios brasileiros.

A edição 2014/2015 obteve o número expressivo de mais de 2.200 inscrições vindas de todas as regiões do País e a presença de 46% das empresas da Mobilização Empresa-

rial pela Inovação MEI, indicadores da dimensão conquistada por este Prêmio e amadurecimento sobre o tema, como forma de aumento da competitividade.

A cerimônia de reconhecimento aconteceu em São Paulo, no dia 13 de maio de 2015, junto ao 6º Congresso Brasileiro de Inovação da Indústria. O evento apresentou as 28 empresas finalistas e revelou as 10 vencedoras.

Contou com a presença de 650 participantes, entre eles presidentes, diretores e representantes das candidaturas finalistas, secretá-

rio de desenvolvimento tecnológico e inovação do Ministério da Ciência e Tecnologia, senhor Armando Milhomem; do Vice-Presidente da CNI, senhor Antônio Carlos Silva; da Diretora Técnica do Sebrae, senhora Heloísa Menezes; do Diretor Nacional do Instituto Euvaldo Lodi (IEL), Paulo Afonso Ferreira; do Presidente Executivo do Movimento Brasil Competitivo, senhor Cláudio Gastal; presidentes das Federações das Indústrias, dirigentes do Sistema Sebrae, gestores estaduais, instituições apoiadoras e parceiros.

Vencedores e Finalistas na Cerimônia de Premiação.



Fonte: Acervo do Prêmio Nacional de Inovação.

Conheça, a seguir, as empresas vencedoras e seus casos de sucesso.



Empresa:

CISER

Categoria:

GESTÃO DA INOVAÇÃO

Modalidade:

GRANDE EMPRESA

APRESENTAÇÃO E HISTÓRICO DA EMPRESA

A Cia. Industrial H. Carlos Schneider (Ciser) foi fundada em 1959 por Carlos Frederico Adolfo Schneider para atender os clientes da Casa do Aço, loja de ferragens e ferramentas que a família Schneider possuía desde 1881.

O caminho trilhado nesses anos de história fez com que a Ciser se firmasse como a maior fabricante de fixadores da América Latina. Atualmente, a capacidade produtiva da empresa é de 6 mil toneladas por mês e os seus 27 mil produtos atendem a 20 mil clientes em mais de 20 países.

Aproximadamente, 1.500 colaboradores estão divididos entre a Ciser Parafusos e Porcas, em Joinville-SC, Ciser Automotivo, em Sarzedo-MG, Ciser da China e Ciser do Peru.

A companhia completou 56 anos de fundação em 2015 e seus produtos atendem a diversos segmentos como metalomecânico, construção civil, estruturas metálicas, automotivo, linhas branca e marrom, petróleo e gás, eletrônica, varejo e atacado.

O crescimento da empresa, alcançando mercados cada vez mais exigentes, levou a Ciser a certificar-se na ISO 9001, ISO TS 16949, Diretiva Rohs, CQI9, entre outras.

A cultura empreendedora da Ciser tem seu foco em melhoria contínua e nasceu em 2003 com um projeto que perdura com sucesso ao longo desses 12 anos, denominado Grupo de Melhorias Ciser (GMC).

O GMC é formado por colaboradores que se reúnem para identificar, estudar e propor soluções para problemas específicos relacio-

nados ao ambiente de trabalho, a processos produtivos e à produtividade. A iniciativa “Um Toque na Cuca” da equipe de manutenção da empresa foi reconhecida na final estadual do Prêmio CNI/Fiesc, em 2009.

No ano de 2007, em posição de vanguarda no seu segmento, a Ciser destacava o princípio da inovação como elemento estratégico para o desenvolvimento de seus negócios dentro de seu modelo de gestão corporativo. A inovação passou a ser um de seus valores, norteando várias ações da companhia e com destaque em sua visão, que consiste em ser solução de classe mundial em fixadores e componentes metálicos, destacando-se pela confiabilidade, agilidade e inovação.

Em 2008, teve a ousada iniciativa de lançar o Prêmio Ciser de Inovação Tecnológica, evento único no seu segmento de atuação, que tem como propósito fomentar a pesquisa científica no meio acadêmico, identificar e reconhecer talentos brasileiros.

Em 2009, após um trabalho em parceria com o Instituto Euvaldo Lodi (IEL), foi criada a área de inovação com o objetivo de assumir a responsabilidade da elaboração de estratégias para implantação de um método de gestão para promover a inovação na Ciser.

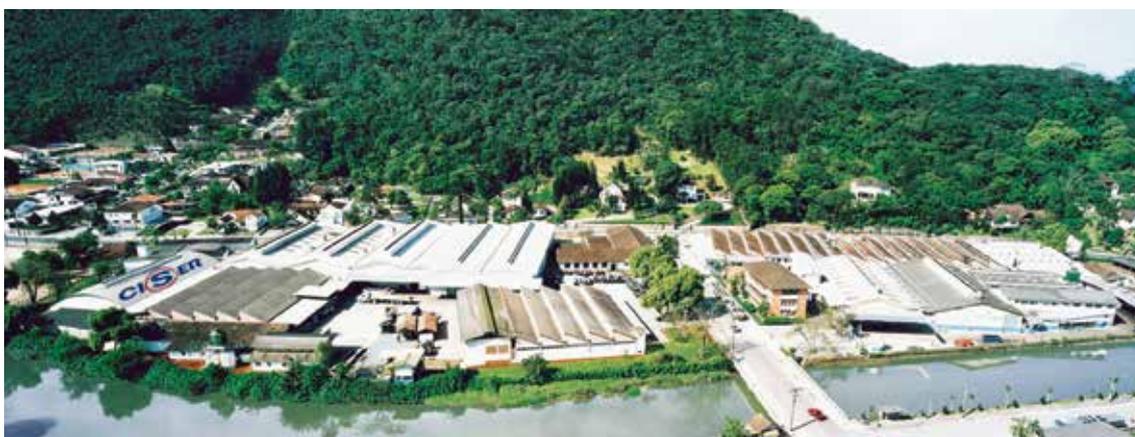
Com o método definido, a empresa empenhou-se em articular uma rede de relacionamento com universidades e órgãos de fomento. O processo evoluiu rapidamente, tanto que ao final do mesmo ano obteve seu primeiro projeto aprovado em editais de fomento; ficou entre as 15 finalistas em prêmio de inovação para empresas de grande porte e conquistou o selo Anpei de empresa inovadora.

Em 2014, visando consolidar todas as iniciativas que fomentam inovação e melhoria contínua na empresa, foi criado o fórum de melhores práticas, momento em que representantes de diferentes áreas da empresa se reúnem para apresentar seus trabalhos e projetos. No mesmo ano, a empresa inscreveu-se no Prê-

mio Nacional de Inovação e, em maio de 2015, foi reconhecida como vencedora da categoria gestão da inovação.

Nos planos para 2016 está a finalização da transferência para a nova planta localizada em Araquari, com mais de 90 mil metros quadrados de área construída.

Atual Sede da Ciser.



13

Fonte: Acervo da Ciser.

Futura sede da Ciser.



Fonte: Acervo da Ciser.

PROJETO VENCEDOR:

PROGRAMA NÚCLEO DE INOVAÇÃO CISER

14 O pioneirismo em ações inovadoras está presente na Ciser desde a sua fundação e vem sendo transmitido de geração em geração. É muito forte o engajamento das lideranças em prol das ações estratégicas para inovação, cujo exemplo vem do presidente, senhor Carlos Rodolfo Schneider, filho do fundador da empresa. Esse engajamento se estende a um time de colaboradores que veste a camisa da inovação, fazendo o necessário para a empresa produzir mais e melhor com menos recursos, desenvolvendo inovações que possibilitem a conquista de mercados, pela oferta de soluções que tragam algo de novo ao fixador – presente há séculos entre nós.

A cultura da inovação foi fortalecida nos anos 1990, quando a Ciser implementou ferramentas da qualidade inspiradas nos manuais japoneses, como os Círculos de Controle de Qualidade (CCQs), que, em 2003, se consolidaram no programa Grupos de Melhorias Ciser (GMC).

Com esses grupos, os próprios colaboradores assumem parte da responsabilidade pela busca do aperfeiçoamento constante das operações – o que pode exigir desde pequenas alterações no uso de uma máquina até mudanças complexas em processos de produção. Além de benefícios em prêmios, os colaboradores que atuam nos grupos e se comprometem com a

Equipe Ciser.



Fonte: Acervo da Ciser.

filosofia da empresa são reconhecidos publicamente – medida importante para a consolidação de qualquer cultura organizacional.

Os grupos conseguiram implantar na companhia a cultura pela busca de melhores práticas e para consolidar que a inovação é um processo contínuo. A equipe mostra que esse trabalho tem dia para iniciar, mas não uma data prefixada para terminar. Dizem, ainda, que eventuais insucessos devem ser vistos como oportunidades de aprendizado e de melhoria, nunca como fracassos.

O crescimento da empresa levou à necessidade de sistematizar essas ações inovadoras e nesse período uma mudança organizacional foi fundamental para consolidar a Ciser como empresa inovadora.

A primeira mudança foi a revisão da identidade empresarial, com a introdução da inovação como um valor estratégico para nortear as suas atividades. Após isso, foi criada a área de inovação com o objetivo de gerenciar as iniciativas em inovação da empresa, seja em projetos internos, como também nas oportunidades do “portão para fora”.

Nessa fase de transição e de mudanças significativas foi fundamental a parceria com o Instituto Euvaldo Lodi (IEL), para realização de um diagnóstico que ajudou a Ciser a definir e implantar um método de gestão alinhando todas as atividades de inovação na empresa.

O grande desafio está em estimular a criatividade dos colaboradores. Para ajudar a fomentar essa criatividade, a empresa promove encontros com fornecedores e clientes, participação em workshops de inovação, mantém uma biblioteca com acervo acessível a toda a empresa e também criou um portal da ino-

vação na intranet para compartilhar notícias sobre o tema.

Na Ciser há vários canais para entrada de ideias e todas são centralizadas e aprovadas por um comitê de inovação formado por colaboradores da alta gestão da empresa.

As ideias são geradas internamente por meio dos canais de comunicação com universidades, clientes e inventores. A equipe interna é multidisciplinar e tem liberação para trabalhar quatro horas semanais em inovação. Posteriormente, as ideias são aprovadas por um comitê.

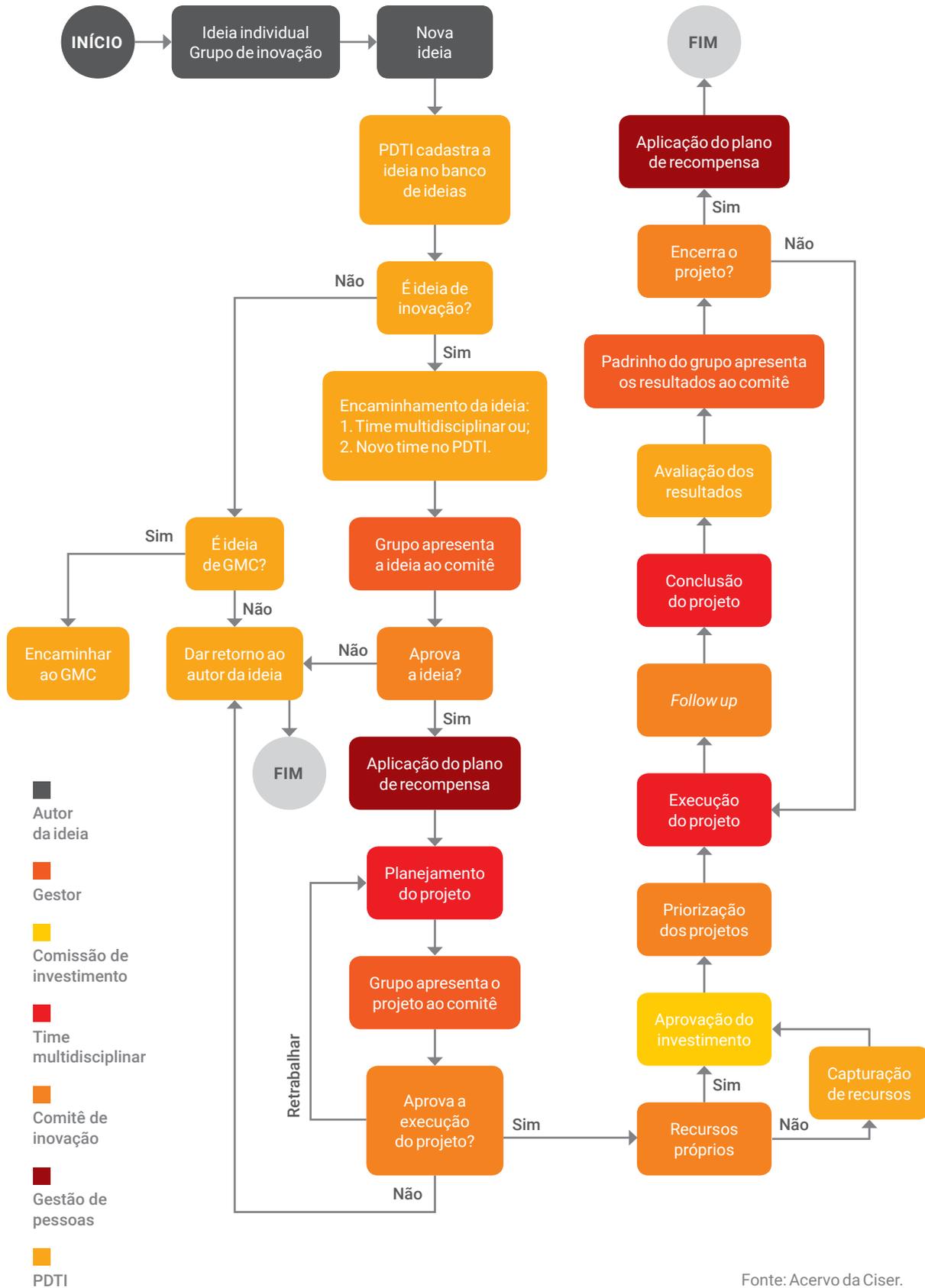
Na prática, o processo de inovação começa com discussões internas, que podem utilizar fontes de informações externas, em que surgem ideias de novos produtos e/ou processos, sendo estes submetidos à aprovação prévia tanto técnica como comercial, denominada viabilidade do negócio.

A partir dessa pré-análise, o projeto é submetido ao comitê de inovação que, após aprovar o projeto, designa o “padrinho do projeto”. Esse padrinho, em conjunto com o time de inovação, definirá todas as etapas do desenvolvimento, bem como cronograma de trabalho e custos envolvidos no projeto.

Durante o desenvolvimento, os projetos passam por simulações numéricas no intuito de verificar falhas e corrigir possíveis defeitos. Também contamos com uma estrutura interna de máquinas para fabricação de protótipos e com parcerias externas, quando, por exemplo, há necessidade de impressão de protótipos em 3D.

Ensaio mecânicos e químicos são realizados no nosso laboratório e análises mais específicas são realizadas em centros de pesquisa.

Fluxograma do Método de Inovação Ciser.



O desenvolvimento do projeto segue três *stage gates* principais: Fase Zero, Fase 1 e Fase 2.

- A fase zero consiste na aprovação da ideia realizada pelo Comitê de Inovação.
- A fase 1 é a aprovação da execução do projeto e construção de protótipo.
- A fase 2 é a implantação do projeto.

Depois de implantado, é feito monitoramento dos resultados do projeto por três anos, sendo registrado como um produto de inovação.

Na Ciser, os colaboradores que se envolvem em projetos de inovação são reconhecidos de forma monetária pela aprovação da ideia, pelas horas utilizadas no desenvolvimento do projeto, pela finalização do projeto e com percentual de vendas da inovação.

Com o desenvolvimento do método de inovação na empresa, o faturamento anual de novos produtos passou a representar 12% do faturamento total, com o objetivo de chegar a 30%.

“Inovar é criar oferta de valor diferenciada tanto a partir dos processos atuais como na direção da fronteira do conhecimento.”

CARLOS RODOLFO SCHNEIDER

Presidente



Fonte: Acervo da Ciser.

Empresas Finalistas:

- Artecola Química
- Votorantim Metais



Empresa:

DUBLAUTO GAÚCHA

Categoria:

GESTÃO DA INOVAÇÃO

Modalidade:

MÉDIA EMPRESA

APRESENTAÇÃO E HISTÓRICO DA EMPRESA

O grupo Dublauto atua no mercado têxtil e calçadista desde 1975, iniciando suas atividades com a unidade Dublauto, em Bariri, no Estado de São Paulo. Em 2003, foi inaugurada a unidade Dublauto Gaúcha na cidade de Ivoti, a 7km de Novo Hamburgo-RS, importante polo tecnológico brasileiro do setor de calçados. Empresa privada e com capital 100% nacional, a unidade Dublauto Gaúcha focou suas atividades no segmento calçadista, com a produção de componentes como couraças, contrafortes, forros *cambret* com termocolantes, forro para reforço em não tecidos costurados com adesivos termocolantes, palmilhas para processo de ensacado (*strobel*), dublagem com *hotmelt* e filme com diversos tipos de materiais.

Em 2005, a Dublauto diagnosticou, por meio de seus sócios-diretores, que para permanecer no mercado com competitividade frente à forte concorrência e à entrada de produtos chineses, seria necessária uma mudança de foco em sua atuação. Entre abandonar o mercado ou trabalhar com margens irrisórias, a empresa optou por agregar valor aos seus produtos e, dessa maneira, adotou uma série de mudanças em sua gestão como, por exemplo, estratégias para diferenciar-se. A partir daí, a implantação da gestão da inovação na empresa foi iniciada, objetivando identificar e aproveitar oportunidades capazes de trazer êxito e gerar valor para o negócio.

Atenta às oportunidades, obteve, em 2006 o primeiro projeto de subvenção à inovação aprovado. Em 2008, a Dublauto Gaúcha, além do foco

no setor calçadista, passa a responder pela área de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) do grupo Dublauto. Com esse posicionamento e fazendo da inovação parte do seu dia a dia, fortalece-se como núcleo de P&D do grupo e inaugura, em 2013, a sua filial de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (PD&I), denominada *D+ Technology*, estrategicamente localizada dentro do centro tecnológico Valetec, na cidade de Campo Bom -RS, atualmente chamada de Feevale Techpark. Esta unidade tem foco na administração de projetos e no desenvolvimento de novos produtos e conta com laboratório equipado para a impregnação de nanoativos em têxteis, centralizando os desenvolvimentos do grupo.

Em sua trajetória de inovação, buscando alternativas para a competitividade, a Dublauto Gaúcha teve o apoio de entidades como Sistema Indústria, Sebrae, Assintecal, Apex e Instituto By Brasil. Formou, também, uma rede de parcerias com universidades e centros de pesquisa, fornecedores e clientes que lhe possibilitaram a participação em outros projetos de inovação com a incorporação de novos itens inovadores em sua linha de produtos. Para o segmento calçadista, seus objetos oferecem propriedades especiais aos componentes de sapatos, que vão desde a redução do suor e do mau cheiro ao isolamento térmico, à repelência a insetos, à hidratação ou mesmo à incorporação de propriedades fitoterápicas analgésicas, anti-inflamatórias e cicatrizantes. A linha de fragrâncias microencapsuladas leva agradável perfume ao componente que se intensifica ao caminhar pelo rompimento gradual das milhões de microcápsulas de ativos incorporadas às fibras têxteis. Esses

itens inovadores e funcionais possibilitam ao fabricante agregar valor aos seus produtos, diferenciando-se no mercado e diante da concorrência. Além do setor calçadista, suas ações inovadoras também ampliaram a sua atuação para os mercados farmacêuticos, com insumos para curativos (bionanotecnologia), e *pet*, com o lançamento da cama com tratamento contra pulgas e carrapatos à base de óleos microencapsulados de Neen e Citronela.

Ainda em 2013, como estratégia para colocar-se no mercado internacional e visando

explorar a região da América Andina para expandir as suas vendas, montou a IPC Dublauto Equador, empresa criada com sócio equatoriano do setor. Com a estrutura, a Dublauto Gaúcha transfere tecnologia, e o acabamento é realizado na unidade equatoriana que, além de componentes para calçados e prestação de serviços de dublagens em têxteis que suprem empresas locais, também atinge os mercados da Colômbia e do Peru, cujo segmento está em crescimento e carente de inovações e tecnologia em processos e produtos.

Espaço de PD&I da Dublauto Gaúcha.



Fonte: Acervo da Dublauto Gaúcha.

PROJETO VENCEDOR:

GESTÃO DA INOVAÇÃO DUBLAUTO GAÚCHA

A decisão da empresa em ajustar a estratégica de gestão com foco na inovação para tornar-se mais competitiva e destacar-se no mercado fez com que a empresa realizasse as seguintes ações para obter diferenciação:

- participação de atividades por meio de associações de classe e entidades de apoio;
- proximidade com equipes de pesquisa e desenvolvimento de empresas clientes;
- foco em nicho de mercado: saúde e conforto;
- parceria com institutos de pesquisa e universidades;
- atenção às oportunidades: editais e tecnologias emergentes;
- programa interno de inovação;
- premiações.

No início, a própria diretoria envolveu-se pessoalmente, concentrando esforços em várias dessas **ações** de inovação. A empresa passou a utilizar algumas ferramentas e métodos para geração, seleção, implantação, geren-

ciamento e avaliação de inovações realizadas dentro da empresa. Além disso, passou a participar de missões empresariais em mercados mais desenvolvidos, como EUA, China, Europa e em feiras (*WSA, Modamont, Shoe and Leather, Techtextil, ITMA, Projeto Conforto – Colômbia e Equador –*, *Inspira mais* e *Fimec*). As inovações pesquisadas e trazidas desses eventos são analisadas em reuniões em conjunto com toda a equipe técnica e selecionadas para desenvolvimento. Após a seleção, inicia-se a busca por parceria de clientes e fornecedores. O contato direto da equipe técnica de vendedores com os setores de P&D dos clientes permite identificar as necessidades específicas e possibilita, continuamente, desenvolver diversas inovações.

Em 2006 foi aprovado o primeiro projeto de subvenção à inovação, tornando possível o desenvolvimento de produtos inovadores com tecnologias de ponta, que resultaram numa gama de produtos inovadores com patentes requeridas e no lançamento em 2007 da marca

DU-Comfort, uma linha inovadora e especial em forros, palmilhas e reforços de cabedal inteligentes voltados ao conforto e à saúde para os pés dos usuários, contendo propriedades especiais conferidas pelo uso da nanotecnologia.

Em 2010, a empresa obteve o segundo projeto de subvenção em parceria com a UFSC e Unisul, que ampliou a participação da empresa no segmento farmacêutico na produção de insumos nano funcionalizados para curativos.

Em 2011, o projeto “Uso de óleos essenciais com características terapêuticas, nano ou microencapsulados, aplicados em tecidos e não tecidos para forros de palmilhas e de calçados funcionais” foi aprovado no Edital Senai/Sesi de Inovação, com o apoio do Centro Tecnológico de Calçados-RS. Os resultados foram produtos antimicrobianos naturais e ativos terapêuticos (anti-inflamatórios, cicatrizantes e analgésicos) à base de óleos essenciais microencapsulados aplicados em forros e palmilhas, comercializados pelas linhas *Nanoflex* e *Arteflex*.

A universidade Feevale também é uma das parceiras por meio do edital de 2010, o projeto “Desenvolvimento de material têxtil com propriedades contra vetores domésticos” foi aprovado e encontra-se na segunda fase de andamento. Em 2014, a empresa iniciou o segundo projeto com essa universidade, no edital 1/2014 da Secretaria da Ciência, Inovação e Desenvolvimento Tecnológico-RS, com foco na “Preparação de material nano-estruturado com aplicação na indústria têxtil calçadista”.

O ano de 2014 marcou o lançamento do programa de inovação da Dublauto, que possibilita a captação de ideias que contemplem inovações em produtos, *marketing*, processos

organizacionais por meio das caixas de sugestões, banco de ideias e campanhas periódicas com temas específicos. As ideias são analisadas por um comitê de inovação que se reúne mensalmente para selecionar as propostas de projetos e futuras implantações. Até o primeiro semestre de 2015, o programa aproveitou em torno de 60% das ideias captadas e alguns projetos foram implantados; além disso, possui muitos em levantamento de custos e amadurecimento. O objetivo do programa é estimular e reconhecer cada colaborador pela sua importante e criativa contribuição. O reconhecimento é dado por premiações, destaques e *feedbacks* a cada participante.

Pelo posicionamento contínuo e sistemático por diferenciação, a Dublauto Gaúcha é conhecida como inovadora no mercado calçadista; seus esforços foram reconhecidos em muitos prêmios do segmento, como, por exemplo, *Prêmio Exclusivo Lançamentos Fimec/Categoria Tecnologia*, *Prêmio Primus Interpares Assintecal Braskem/Categorias: Marca by Brasil e Inovação Tecnológica*. Além dos prêmios, a empresa recebeu a Certificação do Selo Origem Sustentável Nível Bronze, uma iniciativa da Abicalçados e Assintecal em parceria com o Laboratório Lassu e o Massachusetts Institute of Technology (MIT).

Pelo perfil de inovação, a Dublauto vem recebendo convites para eventos e palestras como *case* de sucesso, como a participação no VIII Simpósio Brasileiro de Biomecânica em parceria com o IBTeC, na 21ª Semana de Empreendedorismo e Inovação da Unisinos, na feira Inspiramais e em eventos nacionais promovidos pela Assintecal. Os eventos proporcionaram estreitar relações com clientes,

pesquisadores, institutos de pesquisa e universidades, fortalecendo ainda mais a rede de parcerias, abrangendo também fornecedores de nanocompósitos brasileiros que apoiam ações inovadoras.

Para a Dublauto, a inovação tem papel constitucional, estratégico e tem sido a base para suportar as dificuldades atuais da indústria, pois o interesse em produtos inovadores vem crescendo no mercado e sua comerciali-

zação passou a ter participação significativa e crescente no faturamento nesse período, chegando a 35% em 2014.

Como resultado dos esforços na gestão da inovação, a empresa tem nove pedidos de patentes requeridos, a marca Du-Comfort registrada com uma gama variada de produtos inovadores e a exportação das vendas para países latino-americanos como Argentina, Uruguai e Equador.

Linha de produtos da Dublauto Gaúcha.



Linha de produtos da Dublauto Gaúcha.



Fonte: Acervo da Dublauto Gaúcha.

24

Equipe Dublauto Gaúcha.



Fonte: Acervo da Dublauto Gaúcha.

“Neste momento de globalização, nosso concorrente pode estar em qualquer lugar do mundo. Acreditamos que para empresas de pequeno e médio porte poderem competir e buscar sustentabilidade dentro de um mercado extremamente concorrente, é necessário diferenciarse. Foi na inovação que a Dublauto Gaúcha encontrou alternativas competitivas para o mercado em que atua. Por meio da mobilização de toda a equipe em torno de soluções inovadoras, foi possível agregar valor aos seus produtos, mantendo a sua rentabilidade e competitividade no mercado”.

EVANDRO DANIEL WOLFART DA SILVA

Diretor Técnico



Fonte: Acervo da Dublauto Gaúcha.

Empresas Finalistas:

- ☞ Biotecno Indústria e Comércio
- ☞ Take a Nap Roupas de Dormir Personalizadas



Empresa:

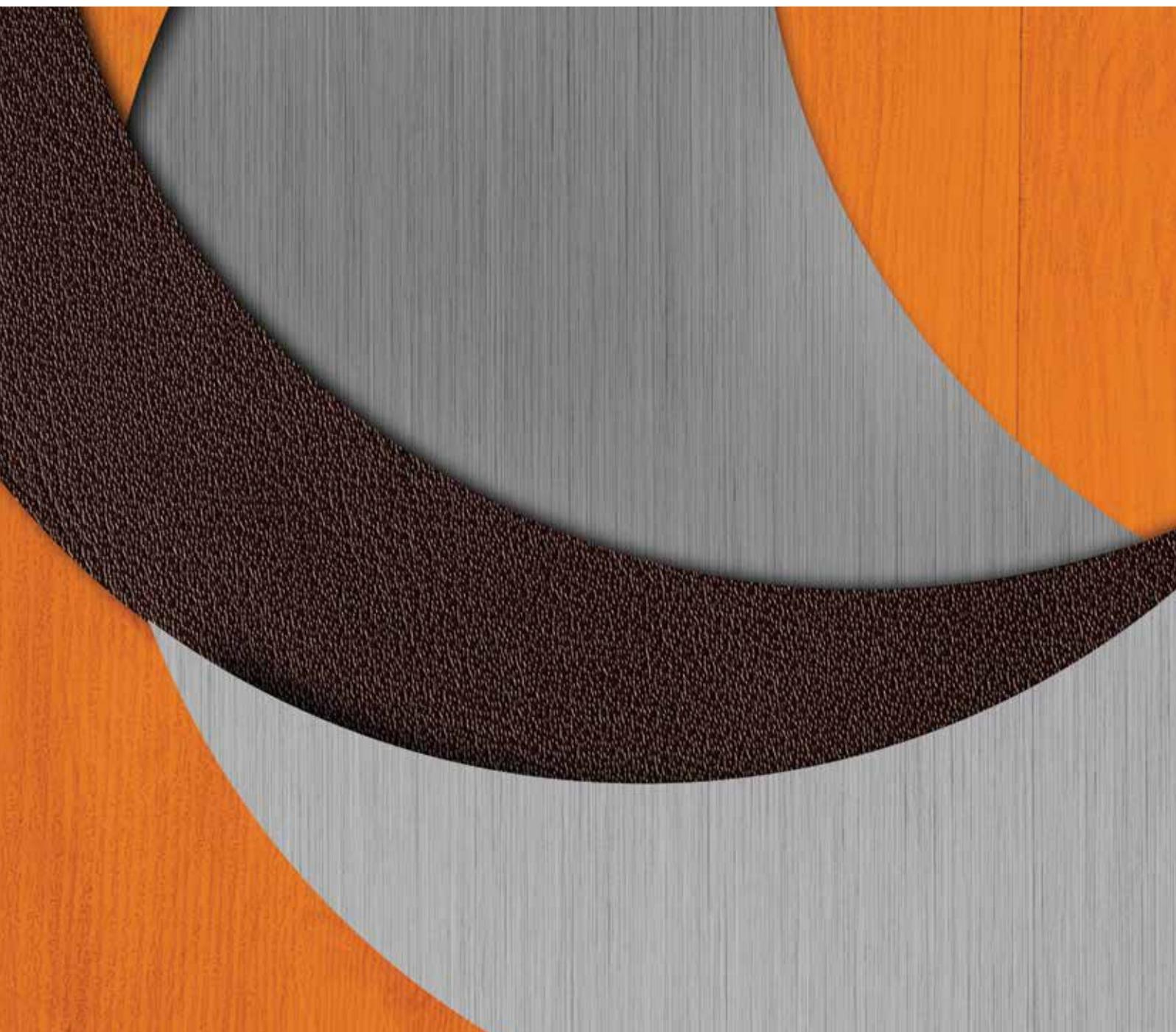
**PAIVA PIOVESAN
SOFTWARES**

Categoria:

GESTÃO DA INOVAÇÃO

Modalidade:

PEQUENA



APRESENTAÇÃO E HISTÓRICO DA EMPRESA

Fundada em 15 de dezembro de 1990, com capital equivalente a US\$ 1.000,00 (mil dólares) logo após a conclusão do mestrado de Rodrigo Paiva, atual CEO, no Massachusetts Institute of Technology (MIT), nos EUA.

Sempre à frente de seu tempo, Rodrigo constituiu a empresa com engajamento inovador e sempre buscou por profissionais com perfis semelhantes para integrar a sua equipe.

Desde a sua fundação, a empresa mantém a inovação em seu DNA e tem a missão de “Desenvolver soluções inovadoras em *softwares* de gestão, que permitam aos clientes ganhos de produtividade”. Para tanto, investe, continuamente, em pesquisa e desenvolvimento, com foco em tecnologias de ponta, inovação, segurança, regras de negócios, produtividade de *software* e de empresas.

Contando com um ambiente favorável à troca de conhecimento e experiência entre seus colaboradores, a Paiva Piovesan apresenta um histórico de inovação inerente em sua cultura: foi uma das primeiras empresas nacionais a ter um *web site*, quando a internet ainda era incipiente; lançou um dos primeiros *softwares* de gestão financeira em ambiente *Windows*; o seu produto, *Finance*, pioneiro *software* financeiro nacional com recursos de integração bancária e funcionalidades *Web*; com subsídios da Finep desenvol-

veu *software* de comércio eletrônico integrado a um sistema integrado de gestão empresarial, *Enterprise Resource Planning* (ERP); desenvolveu o *Company UP*, além de um ERP, para microempresas que requer baixos investimentos. Em busca contínua por tecnologias de ponta, a empresa investe atualmente em pesquisa e desenvolvimento de tecnologias móveis, para utilização em equipamentos *mobile*.

Em seu portfólio, há mais de 15 produtos para gestão, sendo os principais o *Finance* (*software* para gestão financeira, de pessoas físicas e jurídicas, disponível em opções para sistemas operacionais *Windows*, *iOS* e *Android*) e o *Company* (sistema de gestão empresarial, disponível em seis opções, contemplando módulos financeiro, administrativo, contábil, de gestão de projetos e outros).

A eficiência da empresa e equipe resultou em reconhecimentos importantes, destacando:

- Prêmio Nacional de Inovação.
- Prêmio Sesi Qualidade no Trabalho.
- Prêmio Sebrae de Excelência Empresarial.
- Prêmio Regional da Qualidade – Metropolitano.

Em sede própria no município de Belo Horizonte-MG, a Paiva Piovesan apresenta histórico bem-sucedido no desenvolvimento de *softwares* inovadores, com foco nas necessidades dos clientes, pessoas físicas e jurídicas de diversos setores.

Equipe Paiva Piovesan Softwares.



Fonte: Acervo da Paiva Piovesan Softwares.

28

Marcos da trajetória da Paiva Piovesan Softwares.



Fonte: Acervo da Paiva Piovesan Softwares.

PROJETO VENCEDOR:

GESTÃO DA INOVAÇÃO PAIVA PIOVESAN SOFTWARES

Por ser uma empresa atuante no mercado de tecnologia, a Paiva Piovesan adota a estratégia *Open Innovation*, em que todos são responsáveis por ideias, melhorias e inovações.

Desde 2005, a empresa promove, anualmente, o “Prêmio Inovação Paiva Piovesan”, que tem como objetivos avaliar e destacar os colaboradores mais inovadores, isto é, aqueles que apresentam, pesquisam e desenvolvem as melhores ideias.

Em 2013, a Paiva Piovesan contratou uma consultoria em gestão da inovação; um dos resultados foi a criação da diretoria de inovação da empresa, com o objetivo de gerenciar os processos de inovação, definir estratégias para geração de ideias e selecionar projetos globais.

Em 2014, o regulamento do prêmio foi revisado, também com a orientação da consultoria, passando a prever pontuação para vários aspectos de inovação, como a capacidade de geração de novas ideias, execução dos projetos de inovação e seleção de ideias como projetos a serem assumidos pela empresa.

Para avaliar as ideias inovadoras geradas, um comitê de inovação foi criado, constituído por líderes (presidente, diretoria e coordenadores) e representantes dos colaboradores. O comitê de inovação considera critérios importantes para o negócio, como grau de inovação (ineditismo), viabilidade técnica, viabilidade tecnológica e impacto na empresa (aderência ao planejamento geral).

Utiliza-se a metodologia de gestão de projetos como mecanismo de sistematização da ação inovadora, com utilização de *software* próprio, denominado *WorkDesk*. Nesse *software*, os colaboradores registram todas as ideias (como um banco de ideias) e os projetos em desenvolvimento, de maneira a acompanhar a alocação de horas e o desenvolvimento de cada tarefa e projeto. Sugestões enviadas por clientes e parceiros também são registradas nesse sistema, avaliadas e implementadas, quando aprovadas.

Para estimular a geração de ideias inovadoras, a empresa promove eventos, treinamentos e ações, como:

- desde 2004, anualmente, há o *PaivaDay*, que é um evento premiado pelo PSQT (Prêmio Sesi de Qualidade no Trabalho), realizado com o objetivo de nivelar conhecimentos, com a participação de toda a equipe da empresa;
- Bate-Papo Tecnológico, que estimula os colaboradores a discutir sobre vídeos de áreas diversificadas, como os produzidos pelas tecnologias educacionais digitais (TED);
- boletim *Paiva.NETwork* semanal, que é registrado na intranet e contempla notícias da empresa e informações externas, favorecendo a comunicação;
- treinamentos internos de produtos e outros conhecimentos importantes para o melhor desempenho;
- financiamento de treinamentos externos e contratações de consultorias, para capacitação e preparação da equipe.

Como parte do processo de gestão da inovação, a empresa investe em estrutura física e tecnológica, para desenvolvimento de um ambiente propício. Por meio de múltiplos canais abertos de comunicação, realização de eventos internos e a cultura *Door Opened*, que gera colaboração, contribuição, disseminação de conhecimento, integração da equipe e fácil acesso a todos, incluindo a presidência. Há, também, ambientes virtuais, como a intranet, para facilitar a comunicação e a troca de conhecimentos e experiências, bem como estímulos constantes aos colaboradores, para que pensem “fora da caixa”.

Recentemente, a estrutura física da empresa foi reformada e algumas equipes realocadas, criando ainda espaços de convivência

e novas possibilidades de trabalho em equipe.

Projetos de inovação da empresa se tornaram produtos comercializados (fontes de renda) ou geraram aumento de visibilidade da marca.

Com a criação de produtos inovadores, como o aplicativo *Finance* para *iPhone*, por exemplo, a Paiva Piovesan ampliou consideravelmente sua base instalada com crescimentos médios em torno de 70% ao ano, nos últimos cinco anos. Esse crescimento, quase exponencial, deve-se à estratégia de distribuição gratuita de parte dos aplicativos desenvolvidos para os sistemas operacionais de dispositivos móveis: iOS (*iPhone* e *iPad*) e *Android*.

A gestão da inovação na Paiva Piovesan gera outros resultados positivos, como, por exemplo:

- no âmbito econômico, a inovação permite à Paiva Piovesan manter-se em destaque no mercado, oferecendo produtos diferenciados;
- em termos sociais, surgiram projetos como
 - a) Programa de Educação Financeira da Paiva Piovesan (PEF-2015): contempla várias iniciativas para estimular o planejamento do orçamento pessoal e familiar, bem como otimizar a gestão financeira de novos empreendedores e organizações sem fins lucrativos, como ONGs;
 - b) *Company UP*: um sistema de gestão empresarial (ERP), que requer baixos investimentos, para atender a microempresas, garantindo maior planejamento e competitividade;
- quanto à sustentabilidade, novos recursos disponibilizados nos produtos favorecem a redução de consumo de papel e recursos naturais, por meio de armazenamento, geração e envio digital de documentos (como boletos, notas fiscais, propostas e

outros), acompanhamento de indicadores de desempenho para controle de consumo de recursos (água, energia, combustível e outros) e sincronização entre soluções;

- na área de P&D, a gestão da inovação possibilitou a aprovação de um projeto da Paiva Piovesan no Programa Inova Talentos do Instituto Euvaldo Lodi (IEL), que incentiva a criação de projetos de inovação nas

empresas, qualifica os profissionais e facilita a relação entre mercado e academia.

Concluindo, a gestão da inovação na Paiva Piovesan envolve todo o conjunto da organização e permeia todos os processos, do recrutamento e seleção de colaboradores à entrega de soluções ao mercado, gerando ótimos resultados para a empresa, seus clientes e parceiros.

“A Paiva Piovesan sempre apostou em inovação, gerando soluções diferenciadas e competitivas, que garantissem ganhos de produtividade aos usuários. Nossa cultura organizacional favorece a geração de novas ideias pelos colaboradores, sendo fator determinante para nosso reconhecimento como empresa inovadora. Um exemplo de inovação continuada é o produto Finance, que garante agilidade e flexibilidade para gestão financeira e tomada de decisões de empresas e indivíduos.”

RODRIGO ANTÔNIO DE PAIVA

Presidente



Fonte: Acervo do Prêmio Nacional de Inovação.

Empresas Finalistas:

- Agroindustrial Extrema
- Engpiso



Empresa:

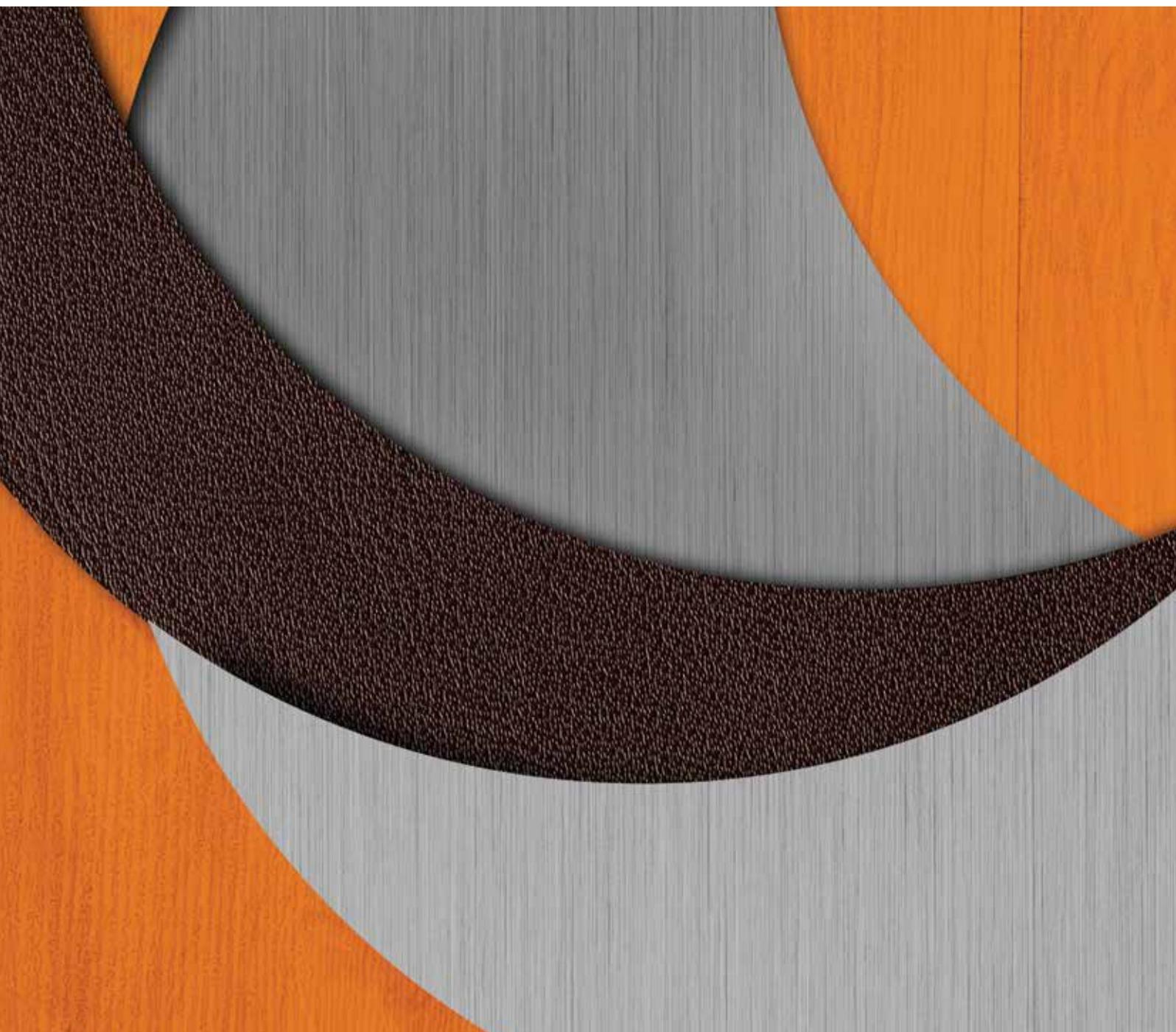
TECSISTEL

Categoria:

**AGENTE LOCAL
DE INOVAÇÃO**

Modalidade:

INDÚSTRIA



APRESENTAÇÃO E HISTÓRICO DA EMPRESA

Atuando no mercado há mais de 18 anos, a empresa nasceu para atender a uma demanda da região do Vale dos Sinos e Paranhana, no setor coureiro calçadista, mas o negócio expandiu e, atualmente, a Tecsisstel conta com uma equipe altamente capacitada para atender às necessidades de seus clientes em automação industrial, nos diversos segmentos do mercado. Os produtos estão presentes em vários estados e também em países como a China, Uruguai, Paraguai e Argentina.

A Tecsisstel fabrica máquinas universais de ensaios com um *software* inovador que agiliza o processo de testes de tração, compressão, cisalhamento, alongamento e outros que podem ser criados pelo usuário para aferir as propriedades dos materiais de acordo com as normas existentes no mercado. A empresa também desenvolve sistemas eletrônicos buscando soluções inovadoras que atendam às necessidades de seus clientes, esses sistemas podem ser a interface e o controle de equipamentos como também monitoramento de processos e produtividade de uma planta industrial.

Durante três anos possuiu sede no Parque Tecnológico de São Leopoldo – Tecnosinos, onde criou o ambiente ideal para o fortalecimento da empresa na participação de eventos, palestras, cursos e na conquista de parcerias para negócios e fabricação de novos produtos.

Para melhor atender à demanda de seus clientes ampliou sua sede e, atualmente, está localizada em Novo Hamburgo. Continua em conexão com o Tecnosinos e passou a desenvolver atividades com o Parque Tecnológico do Vale dos Sinos (Valetec), além de atividades com o Sebrae e outras entidades. Por meio dessas atividades e parcerias, está em constante atualização das necessidades do mercado.

Os serviços são prestados de forma diferenciada desde o desenvolvimento do projeto, *hardware* e *software* até a execução, visando à melhor integração entre tecnologia e funcionalidade, além da plena satisfação de todas as partes envolvidas.

A Tecsisstel não busca apenas conquistar um novo cliente, e sim conquistar um novo parceiro, que receberá uma solução para otimizar seu trabalho e, assim, em breve, voltará a fazer negócios com a empresa.

Sede e equipe da Tecsisstel.



Fonte: Acervo da Tecsisstel.

Equipe Tecsisstel.



Fonte: Acervo da Tecsisstel.

PROJETO VENCEDOR:

GESTÃO DA INOVAÇÃO TECSISTEL

A Tecsisstel desenvolveu, em 2014, um sistema de gestão de inovação nomeado Programa de Incentivo à Inovação da Tecsisstel (PI2TEC). O programa foi melhorado no decorrer do ano e algumas ferramentas da qualidade foram implantadas como o Masp, Matriz básico e 5W2H; também foi revisado, nessas atualizações o sistema de premiação e recompensa para melhor valorização dos nossos funcionários.

O PI2TEC tem por objetivo a implementação de uma cultura de inovação continuada na empresa, e como todo processo, ele deverá ser avaliado e remodelado conforme as necessidades e alterações dos cenários internos e externos. Além da sistemática de geração de ideias e as decorrentes implementações, faz

parte do programa uma sistemática de capacitação e treinamento da equipe, a fim de maximizar os resultados.

A operacionalização é simples e é composta por cinco fases:

- avaliação das causas e soluções de problemas;
- seleção das ideias;
- elaboração de plano de ação;
- avaliação dos resultados e aprendizagem;
- reconhecimento e premiação.

O reconhecimento dos funcionários acontece por categoria e cada vencedor recebe premiação específica da categoria. Os resultados são percebidos no entrosamento da equipe e no entusiasmo pela busca de inovações e melhorias cada dia mais.



Equipe Tecsisstel.

Fonte: Acervo da Tecsisstel.





Cerimônia de premiação.

Fonte: Acervo do Prêmio Nacional de Inovação.

“No atual contexto de competitividade somado ao cenário em que nosso país se encontra, posso dizer que as empresas que permanecerão abertas serão aquelas que fazem um trabalho sistêmico de inovação e crescem com isso. A Tecsisel ainda tem muito trabalho pela frente, mas estamos fazendo nossa parte ajudando nossos clientes com produtos especiais e fortalecendo nossa empresa com um trabalho inovador.”

EVANDRO BECKER

Diretor Administrativo



Fonte: Acervo do Prêmio Nacional de Inovação.

Empresas Finalistas:

- Medicatriz Dermocosméticos
- Victum Projeto de Produto



Empresa:

JERA

Categoria:

**AGENTE LOCAL
DE INOVAÇÃO**

Modalidade:

SERVIÇO

APRESENTAÇÃO E HISTÓRICO DA EMPRESA

Fundada em 2010 por Saulo Arruda e Jefferson Moreira junto com outros três sócios. No início, trabalhava com desenvolvimento sob medida de sistemas *web* para grandes empresas e mantinha uma equipe paralela desenvolvendo produtos próprios e *games* para *smartphones* e *tablets*. No fim de 2011, os três sócios saíram, Saulo e Jefferson decidiram focar no desenvolvimento sob medida de aplicativos para *smartphones* e *tablets*, e investir em gestão.

Em 2012, a Jera recebeu um investimento anjo de um empreendedor de São Paulo e iniciou uma fase de crescimento e profissionalização da equipe; no mesmo ano foi finalista no prêmio MPE Brasil, categoria serviços de TI.

Em 2013 foi vencedora estadual do prêmio MPE Brasil em duas categorias, serviços de TI e responsabilidade social e inovação.

Em 2015, a Jera inaugurou a sede própria com 200m² em Campo Grande-MS; que conta com uma equipe de 30 profissionais, atende clientes de vários estados do Brasil, dos Estados Unidos e da Europa. Desde a sua fundação vem obtendo, em média, 50% de crescimento anual.



Equipe Jera.

Fonte: Acervo da Jera.



PROJETO VENCEDOR:

GESTÃO DA INOVAÇÃO JERA

A Jera foi reconhecida por seu sistema de gestão da inovação e os projetos de novos negócios. O sistema foi desenvolvido ao longo dos últimos três anos e tem alcançado excelentes resultados no quesito satisfação do cliente e produtividade da equipe, alinhado com o planejamento estratégico criado em 2012. Dentre as inovações implementadas, destacam-se o programa de remuneração variável da equipe, reuniões de acompanhamento e processo de desenvolvimento.

O programa de remuneração variável paga até quatro salários adicionais por ano condicionado ao cumprimento de metas e avaliação pessoal. A cada seis meses, todos os profissionais da equipe passam por *feedback*, em que são apontados os pontos positivos e os negativos. Esse *feedback* também avalia a evolução profissional dentro da empresa.

As reuniões de acompanhamento de indicadores acontecem semanalmente com toda a equipe, mensalmente com a equipe de controle, trimestralmente com a diretoria e semestralmente com a equipe de conselheiros e investidor. O planejamento estratégico tem duas revisões anuais, em que as metas e resultados são apresentados para toda a equipe.

No processo de desenvolvimento, todos os indicadores de desempenho da equipe e satisfação do cliente são avaliados, promovendo melhorias incrementais que envolvem desde a equipe comercial, passando pelo desenvolvimento do projeto até o suporte e a garantia após a entrega.

Na área de novos negócios, a empresa promoveu uma série de *hackathons*, que são dias em que a equipe se reúne para desenvolver novos produtos. Os resultados dos *hackathons* vão desde projetos desenvolvendo aplicativos destinados a públicos específicos até ações internas que melhoraram a produtividade da equipe e o atendimento ao cliente. O faturamento da área de novos negócios teve um crescimento de mais de 1.000% nos últimos três anos, passando de R\$ 30.000,00 (trinta mil reais), em 2012, para mais de R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais) em 2014. Nesse período foram desenvolvidos 14 projetos em que aproximadamente 30% alcançaram sucesso.

Atualmente, a empresa trabalha em um plano de expansão internacional para desenvolver mais projetos no mercado americano.



Sede da Jera.

Fonte: Acervo da Jera.



“Inovação na Jera não é uma palavra usada no dia a dia, pois as pessoas costumam relacionar inovação com a criação de produtos disruptivos, como fez Steve Jobs. Para Jera, inovar é ser todo dia um pouco melhor que o dia anterior, alcançando resultados significativos.”

SAULO ARRUDA

CEO



Fonte: Acervo do Prêmio Nacional de Inovação.

Empresas Finalistas:

☞ Z Tecnologia em Comunicação



Empresa:

**CENTRAL DAS
IMPRESSORAS**

Categoria:

**AGENTE LOCAL
DE INOVAÇÃO**

Modalidade:

COMÉRCIO



APRESENTAÇÃO E HISTÓRICO DA EMPRESA

Empresa especialista em cartuchos, tonners e manutenção para impressoras, atuando no mercado desde 2007. No início a empresa contava apenas com um colaborador, um espaço físico pequeno e pouca estrutura. O combustível motivador foi a visão de mercado da necessidade de o Estado de Alagoas ter uma empresa nesse setor, que oferecesse produtos e serviços com qualidade e agilidade. Na época, o presidente Thiago da Silva Pereira acumulava várias funções, desde administrativa a operacional e contava com o apoio de seu único funcionário, Antonio Pontes, que atualmente é reconhecido como um dos responsáveis pelo desenvolvimento da empresa, e está até hoje na equipe.

Com o passar do tempo foi necessário contratar pessoas, mudar de endereço e iniciar processos de gestão e de excelência. E os resultados não demoraram a aparecer: em 2010, a companhia foi destaque no Alagoas Digital, finalista no prêmio MPE Brasil etapa estadual e, em 2011, foi reconhecida pelo mesmo prêmio. Em 2012, participou do programa *Pequenas Empresas & Grandes Negócios*. Em 2013 foi exemplo no setor para o Brasil e alguns países da América do Sul por meio da revista *Recicla-mais*; em 2014, a empresa foi premiada pela segunda vez no prêmio MPE Brasil etapa estadual e, no ano seguinte, na etapa nacional, ficou entre as quatro melhores em um universo de 50.000 empresas. Em maio de 2015, foi reconhecida no Prêmio Nacional de Inovação, categoria ALI Comércio.

44

Equipe Central das Impressoras.



Fonte: Acervo Central das Impressoras.

PROJETO VENCEDOR:

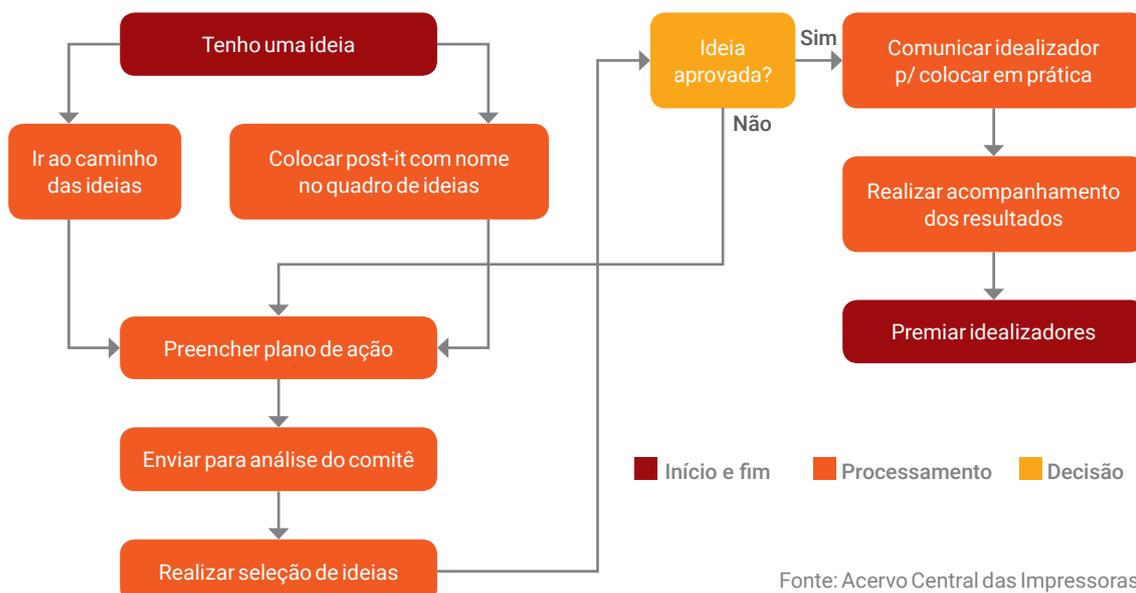
INOVA CENTRAL – GESTÃO DA INOVAÇÃO CENTRAL DAS IMPRESSORAS

O programa Inova Central foi o modelo criado na empresa para implementar a gestão da inovação na empresa. Baseado na metodologia descrita no guia da inovação, o programa possui como pilares de sustentação as seguintes

etapas: levantamento de ideias, seleção de ideias, definição de recursos, implementação e aprendizagem. Foram definidas atividades e práticas para estimular a participação em cada uma dessas etapas.

45

Fluxo Inova Central.



Fonte: Acervo Central das Impressoras.

LEVANTAMENTO DE IDEIAS

A empresa acredita que para estimular a coleta de ideias é necessário desenvolver um ambiente propício ao estímulo da criatividade e de trabalho em equipe, bem como a capacitação das pessoas. Por isso, foi criado um espaço denominado “Cantinho da Inovação”, em que os colaboradores são incentivados e liberados para se reunir e realizar troca de informações sobre suas ideias. Outra prática adotada pelo programa foi o quadro “Inova Central”, para que os funcionários possam colocar suas ideias em *post-its* com seus nomes e detalhar as propostas em etapa futura.

DEFINIÇÃO DE RECURSOS

Para viabilizar o programa Inova Central, foram definidos os seguintes recursos:

- humanos: foi eleita uma colaboradora responsável pelo programa, que é a guardiã do cumprimento das práticas e metodologias estabelecidas.
- financeiros: previsão orçamentária no planejamento estratégico, tanto para investimentos nas ideias quanto para as premiações;
- conhecimento: adoção da metodologia de plano de ação, baseada na ferramenta 5W2H.

Implementação: um dos grandes desafios que motivou a criação do programa foi a necessidade de descentralizar a implantação de projetos inovadores na empresa. Para isso, ficou definido que os projetos aprovados no programa são conduzidos e implementados pelo idealizador.

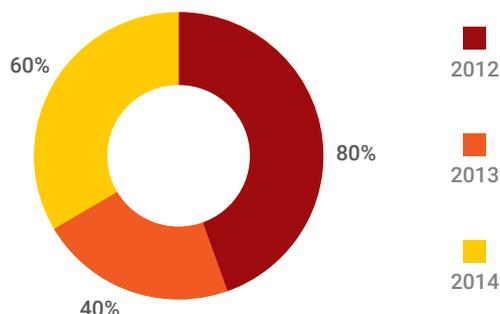
Aprendizado: foi desenvolvido um quadro de indicadores para o acompanhamento de todos os resultados obtidos por meio dos projetos de inovação e a prática de reunião semestral com foco em analisar o andamento e possíveis melhorias, não apenas de resultados quantitativos, mas, principalmente, qualitativos.

46

SELEÇÃO DE IDEIAS

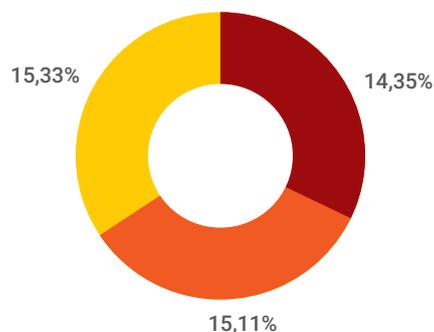
Foi criada uma política de funcionamento para seleção das ideias que garantisse a disseminação do programa. Foram realizadas divulgação e apresentação dos critérios para todos os colaboradores para garantir o entendimento.

Índice Global de Implantação de Inovações.



Fonte: Acervo Central das Impressoras.

Faturamento gerado pelas inovações.



Fonte: Acervo Central das Impressoras.

A empresa conquistou um importante progresso, obteve resultados expressivos, decorrentes do programa Inova Central que, inicialmente, sofreu vários desafios e que foram vencidos com a união e empenho de todos. Atualmente, o programa é a prova e a garantia de que a inovação faz parte da estratégia e dos valores da empresa, além disso, a inovação é estimulada e cobrada dos funcionários. Nos

gráficos apresentados é possível observar que a quantidade de ideias transformadas em inovação é expressiva e o aumento do faturamento ligado diretamente a produtos inovadores corresponde a uma média de 15% nos últimos três anos, ou seja, representa uma parte considerável e a empresa continuará o investimento e estímulo à inovação para que a porcentagem continue crescendo.

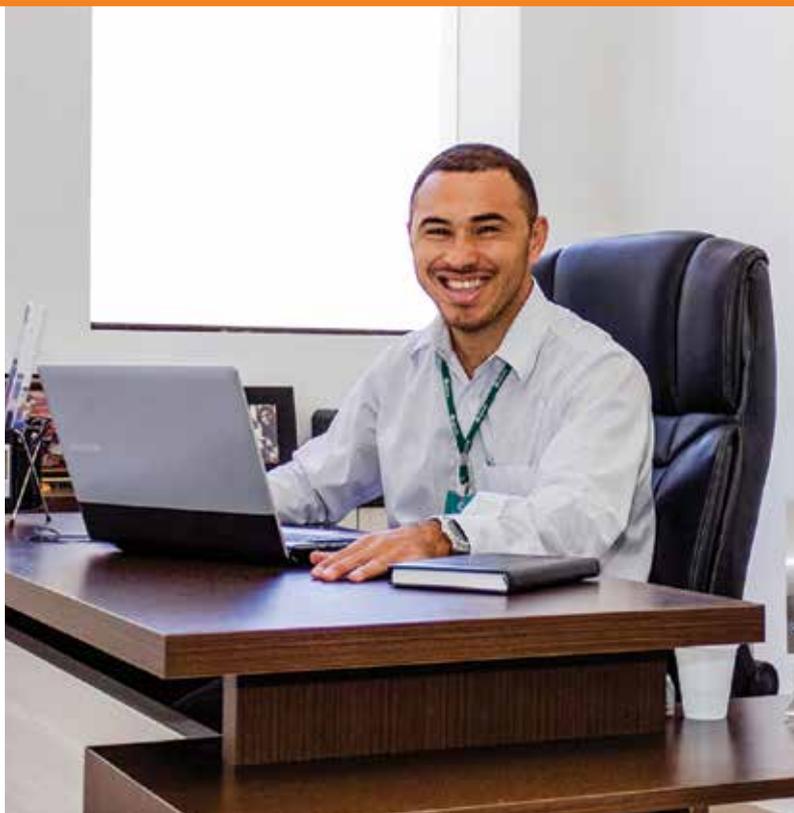
Cerimônia de premiação.



“Inovação para Central das Impressoras não é uma opção, é uma necessidade, está no DNA da empresa. Inovar é transformar, gerar resultados e, para isso, precisamos de pessoas qualificadas e dispostas a fazer parte dessa cultura.”

THIAGO DA SILVA PEREIRA

Presidente



Fonte: Acervo Central das Impressoras.

Empresas Finalistas:

- ☞ Agropecuária Casa Amarela
- ☞ Farmácia Capitão Saúde



Empresa:

**VOTORANTIM
CIMENTOS**

Categoria:

**INOVAÇÃO
TECNOLÓGICA GRANDE**

Modalidade:

GRANDE EMPRESA



APRESENTAÇÃO E HISTÓRICO DA EMPRESA

A Votorantim Cimentos (VC) é uma das maiores empresas de materiais de construção do Brasil e está entre as 10 maiores companhias deste setor no mundo. São 26 plantas de cimento em operação no País e mais 34 unidades espalhadas em outras 13 nações, em quatro continentes. Com 15 mil funcionários; sua capacidade de produção instalada é de 48,6 milhões de toneladas de cimento por ano.

Atuante no setor de materiais de construção (cimento, concreto, agregados e argamassas) desde 1933, a Votorantim Cimentos possui unidades estrategicamente localizadas, próximas aos mais importantes mercados consumidores em crescimento. Além do Brasil, a empresa está presente na Argentina, Bolívia, Canadá, Chile, China, Espanha, Estados Unidos, Índia, Marrocos, Peru, Tunísia, Turquia e Uruguai, totalizando 13 países.

Além da robustez das operações, a solidez financeira da Votorantim Cimentos também contribui para destacar a companhia entre os ativos do Grupo. Em 2014, a companhia registrou lucro líquido de R\$ 1,14 bilhão, além de 27,1% na margem Ebitda e 6,1% de crescimento na receita líquida, que atualmente é de R\$ 12,88 bilhões. A Votorantim Cimentos é responsável por 43% do faturamento da *holding*.

A Votorantim Cimentos iniciou o processo de internacionalização do Grupo Votorantim após a criação da Votorantim Internacional, em 1992. O primeiro passo no exterior foi em 1997, com a incorporação de 50% da boliviana Itacamba. A partir de 2001 esse processo ganhou velocidade, com a entrada na América do Norte a partir da aquisição da fábrica de St. Marys, no Canadá. Em 2012, com a troca de ativos com a Cimpor, a empresa passou a atuar também na Espanha, China, Índia, Turquia, Marrocos e Tunísia.

50

Sede da Votorantim Cimentos.



Fonte: Acervo da Votorantim Cimentos.

Para a Votorantim Cimentos, sustentabilidade significa ir ao encontro das próprias ambições de crescimento, levando em consideração as necessidades presentes e futuras da sociedade e oferecendo materiais de construção ecoeficientes e serviços para os nossos clientes, um inspirador ambiente de trabalho com saúde e segurança para os nossos colaboradores e apoio ao desenvolvimento das comunidades locais.

A empresa é membro participante no Iniciativa de Sustentabilidade do Cimento (CSI), desde 1999. Entre os objetivos dos membros do CSI está o gerenciamento estratégico de recursos naturais, que envolve a recuperação e novas maneiras de uso para resíduos de outras indústrias, além da redução da quantidade de combustíveis fósseis tradicionalmente utilizados e dos impactos ambientais associados à exploração, à produção, ao transporte e à queima desses combustíveis, assim como a minimização na exploração mineral.

A Votorantim Cimentos é uma empresa comprometida com as comunidades do entorno de suas operações e tem como objetivo o desenvolvimento local para além de seu escopo de negócios e de sua cadeia de fornecedores. A empresa estrutura a sua atuação em parceria com a comunidade em quatro grandes pilares: capital humano, capital social, capital institucional e dinamismo econômico. Em capital humano, a VC investe em programas de educação e desenvolvimento para as comunidades locais, como apoio a cursos técnicos, bolsas, dentre outras ações. No capital social, a empresa investe na capacitação e na estruturação de conselhos comunitários. Mais de 200 líderes comunitários já foram capacitados pela Votorantim Cimentos.

A companhia desenvolve 119 projetos em 28 localidades, nas cinco regiões do Brasil. No total, R\$ 24,6 milhões estão sendo investidos em 2015. Além disso, a Votorantim Cimentos também apoia o desenvolvimento local e a cria-

Sede da Votorantim Cimentos.



ção de empregos nas próprias comunidades. Já foram R\$ 62 milhões investidos no projeto.

A Votorantim Cimentos possui robustez financeira e operacional e uma capilaridade que coloca suas operações em regiões próximas aos principais mercados consumidores – e em condições de atender toda a cadeia da construção, com diferenciais para enfrentar um cenário de mercado retraído. Atualmente, a companhia tem grau de investimento em escala nacional e global com

perspectiva estável, segundo avaliação das maiores agências classificadoras de risco (Fitch Ratings, Standard & Poor's e Moody's). Em março de 2015, a Fitch Ratings reavaliou a perspectiva de *rating* da Votorantim Cimentos de negativa para estável, mantendo a classificação BBB. Essa decisão da Fitch levou em consideração a disciplina financeira da empresa, especialmente no cenário desafiador da economia brasileira, e o seu perfil conservador de endividamento.

52



Sede da Votorantim Cimentos.

Fonte: Acervo da Votorantim Cimentos.



PROJETO VENCEDOR:

ECOEFIICIÊNCIA NA PRODUÇÃO DE POZOLANA

A Votorantim Cimentos destaca-se por sua excelência operacional e logística, seu sistema de gestão replicável, atração e desenvolvimento de talentos e o compromisso com a responsabilidade socioambiental.

A redução do fator clínquer/cimento é um dos objetivos direcionadores de P&D na empresa, pois o processo de obtenção do clínquer é responsável por 90% das emissões de CO₂ na fabricação do cimento. Dentre as linhas de pesquisas para substituição do clínquer por outros insumos, o “Projeto Pozolana”, em curso desde 1999, visa aumentar o uso de pozolana no cimento e, principalmente, encontrar novos materiais pozolânicos (como resíduo de bauxita, cinzas volantes, argila etc.).

Aliado a esse objetivo, a motivação para instalação da fábrica de Porto Velho foi o atendimento da demanda por cimento das UHEs de Jirau e Santo Antônio, estimada em 1,3 milhão ton/cimento. Essa oportunidade trazia consigo vários desafios a serem superados: econômicos e logísticos: distância dos empreendimentos em relação às unidades produtivas existentes e carência de fornecedores; tecnológicos: escassez de calcário (principal matéria-prima

do clínquer) e outros insumos; ambientais: inserção em região amazônica; e sociais: escassez de mão de obra qualificada.

As atividades de P&D prévias à instalação da fábrica em Porto Velho envolveram as seguintes etapas, com duração total de 18 meses:

- pesquisas geológicas na região para identificar a existência de minas de argila com as características adequadas para produzir pozolana;
- testes de queima da pozolana;
- verificação da quantidade de clínquer a ser substituída pela pozolana;
- desenvolvimento tecnológico de forno específico para queima de pozolana, uma vez que não havia produto disponível no mercado; seu desenho e especificações foram desenvolvidos pela equipe de Projetos da VC e a FLSmith foi responsável pela fabricação;
- revisão do *layout*, capacidade e equipamentos da planta, visando à otimização do processo produtivo e à redução de seus impactos ambientais.

As inovações introduzidas na fábrica de Porto Velho viabilizaram uma redução de 50% nas emissões de CO₂, de 25% no consumo de energia

elétrica, de 10% no consumo de energia térmica, de 40% no de água, de 10% na geração de resíduos e de 6% nos custos de produção do cimento pozolânico, além de incremento de 10% na produtividade, em comparação ao processo produtivo tradicional. A instalação da fábrica de cimento pozolânico em Porto Velho garantiu o fornecimento de cimento nas características especificadas (produto testado, com qualidade industrial), prazos estipulados (sem riscos de atrasos na logística) e a preços competitivos, uma vez que os custos com transporte do produto de outras regiões foram eliminados (a fábrica de Porto Velho é a primeira fábrica de cimento em Rondônia).

Com relação ao desempenho do produto, além de ambientalmente correto, o cimento pozolânico, por suas características físico-químicas – alta alcalinidade, menor porosidade, menor liberação de calor –, é mais resistente e de maior durabilidade, sendo ideal para aplicação em projetos de infraestrutura, em especial, com áreas submersas.

Como externalidades econômicas positivas da instalação da fábrica de Porto Velho destacam-se a geração de postos de trabalho: 985 na fase de construção e 400 (diretos e indiretos) na operação da fábrica; redução de ágil

sobre cimento na região; desenvolvimento e contratação de fornecedores locais e aumento de receita do município de Porto Velho e estado de Rondônia, do pagamento de impostos (ISS e ICMS). De forma indireta, a dinamização da economia local, com surgimento de empresas prestadoras de serviço, oficinas, restaurantes, hotéis, bem como o desenvolvimento de outros empreendimentos industriais voltados para o setor da construção civil.

Destaca-se também a possibilidade de aplicação das inovações da fábrica de Porto Velho por outras empresas. A planta produtiva da VC em Nobres-MT é um exemplo da viabilidade de replicação em fábricas já em operação: em 2009, ampliou sua capacidade produtiva em 20% com expansão de nova linha de produção com forno de pozolana para fabricação de cimento pozolânico a partir de argila, com redução de custos de produção ainda maior que Porto Velho (10%).

Uma vez que a fábrica foi projetada com o forno de pozolana já integrado ao processo produtivo, a operação teve seus custos reduzidos e o desempenho ambiental elevado. Não é de interesse da VC solicitar patentes para essa inovação, como forma de estimular o setor.

Cimento Pozolânico.



Fonte: Acervo da Votorantim Cimentos.

“Inovação e sustentabilidade são indissociáveis, e na Votorantim Cimentos norteiam nossa gestão de negócios. O resultado está aí – o cimento pozolânico, que emite 50% menos CO2, gera 10% menos resíduos, consome menos 25% de energia elétrica e 40% de água, além do menor impacto ambiental, é uma solução crucial para viabilizar projetos importantes de infraestrutura do País em uma região carente de calcário, que é a matéria-prima do cimento. A partir da argila calcinada, produzimos cimento com menor pegada ecológica em plena região Amazônica, e contribuimos para a construção das usinas hidrelétricas do rio Madeira, que produzirão energia renovável para milhões de pessoas.”

WALTER DISSINGER

Diretor-Presidente



Fonte: Acervo da Votorantim Cimentos.

Empresas Finalistas:

- Artecola Química
- Medabil Sistemas Construtivos Metálicos



Empresa:

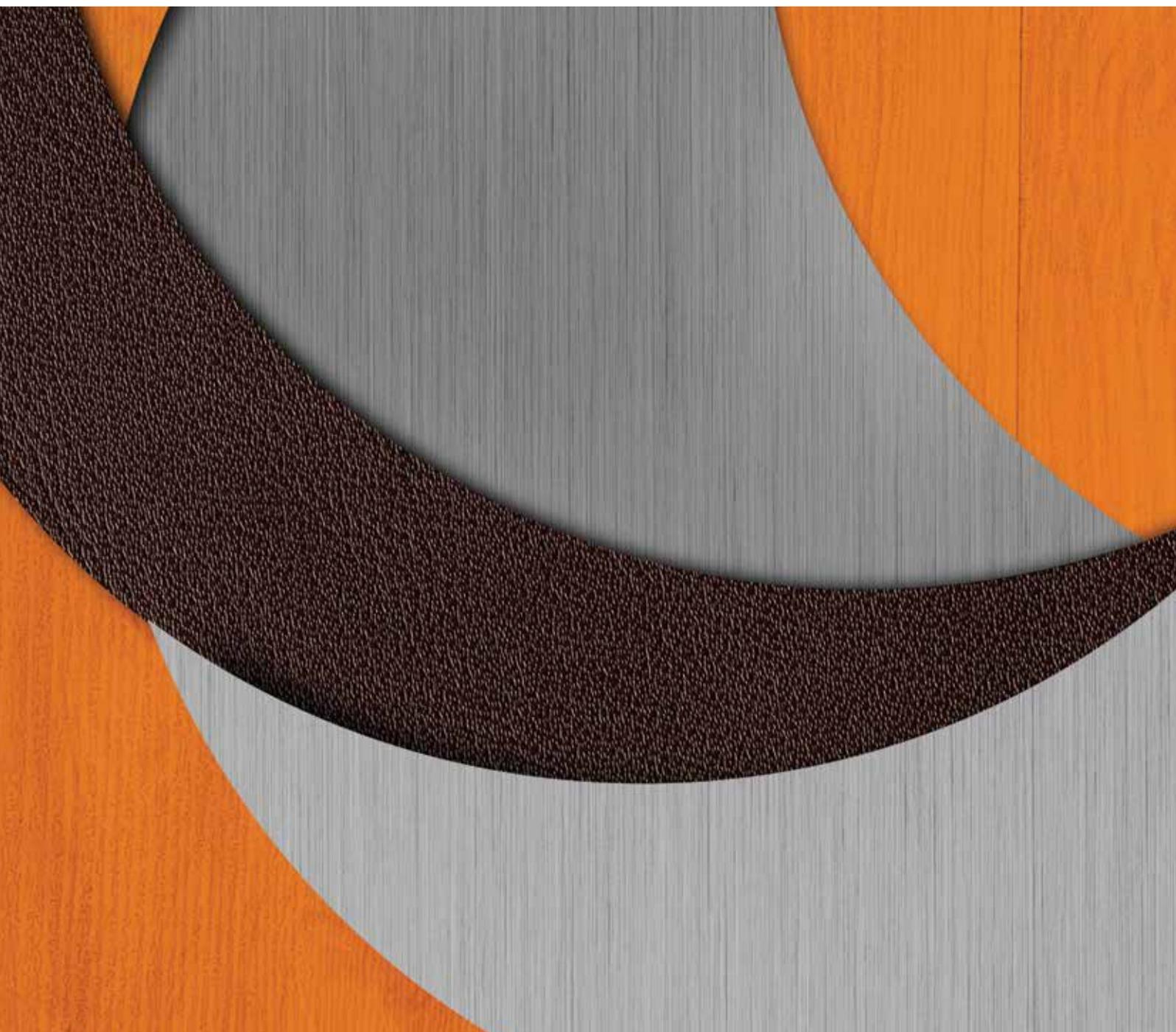
**PROFILÁTICA
PRODUTOS
ODONTO MÉDICO-
HOSPITALARES**

Categoria:

**INOVAÇÃO
TECNOLÓGICA**

Modalidade:

MÉDIA



APRESENTAÇÃO E HISTÓRICO DA EMPRESA

A Profilática foi criada em 1998 com o objetivo de atender instituições de saúde e suas demandas por produtos para controle de infecções. Além da comercialização de soluções para limpeza, desinfecção e esterilização de equipamentos e ambientes hospitalares, a empresa se posiciona como um agente de conscientização dos profissionais de saúde.

A atuação da empresa ganhou abrangência no início dos anos 2000, quando passou a ser a importadora exclusiva de uma indústria alemã, referência mundial na pesquisa e desenvolvimento de produtos químicos direcionados ao controle de infecção e biossegurança. A parceria permite à companhia trazer para o mercado brasileiro soluções avançadas para o controle de infecções, como o Sekusept® Aktiv, lançado em 2007, que possui o princípio ativo Ácido Peracético *in situ*, para a limpeza e desinfecção de endoscópios e outros artigos médicos e odontológicos delicados.

Levando adiante seu espírito inovador, a Profilática inicia uma nova etapa em sua trajetória ao pesquisar e desenvolver equipamentos para auxiliar na aplicação de substâncias químicas em processos de limpeza, antissepsia, desinfecção e esterilização.

O investimento em tecnologia resultou no lançamento de três equipamentos: DS-1, DS-2® e MAXYCLEAN-ST®, apresentados ao mercado nas principais feiras do ramo no Brasil e no exterior.

Juntamente com o desenvolvimento de novas soluções, a Profilática investe na construção de sua sede, no município de Araucária-PR,

na Região Metropolitana de Curitiba, e na qualificação de sua equipe e de seus processos. O esforço para profissionalização permitiu vislumbrar novos mercados, estabelecendo novos negócios com o mercado Europeu.

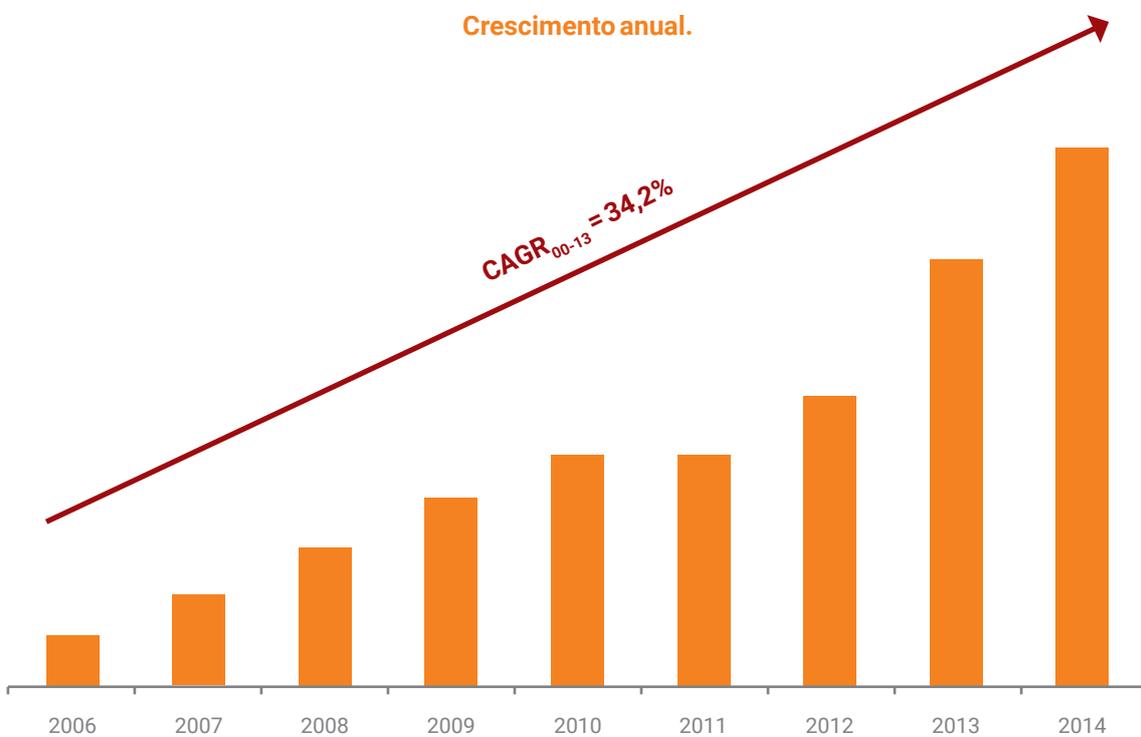
LINHA DO TEMPO DA PROFILÁTICA

- 1998** Início das atividades, exclusivamente na área da saúde.
- 1999** Passa a ser importadora exclusiva de uma linha de produtos alemã referência em produtos químicos para o controle de infecção e biossegurança.
- 2003** Passa a desenvolver sua própria linha de químicos para tratamento de instrumentais.
- 2007** Lançamento do Sekusept® Aktiv.
- 2007** Profilática adquire terreno de 10.200m² no município de Araucária-PR.
- 2010** Ampliação de parcerias de negócios com indústrias da área da saúde.
- 2010** Extensão da linha de produtos, com a entrada da Glucoprotamina®.
- 2011** Lançamento dos equipamentos DS-1®, DS-2® e MAXYCLEAN-ST®.
- 2011** Início da construção da nova sede Profilática e processo de certificação pela Norma 13.495.
- 2012** Início de parceria para exportação de equipamentos na Europa.
- 2013** Início da Certificação Europeia (CE) do DS-2® e MAXYCLEAN-ST®.
- 2013** Nova sede Profilática.
- 2014** Conquista da Declaração CE.

A Profilática tem como princípio inovação e tecnologia em tudo que faz. A visão empreendedora esteve sempre voltada para o desenvolvimento de substâncias e equipamentos para melhorar o processo de controle de infecções hospitalares.

Diante da escassez de recursos naturais e preocupados com a segurança ocupacional na manipulação de saneantes, a empresa desenvolveu o projeto DS-2, o qual foi vencedor do Prêmio Nacional de Inovação.

A Profilática segue investindo no desenvolvimento de novos produtos e até o final de 2015 concluirá outros projetos inovadores para a área de aplicação de substâncias químicas. A empresa mantém três linhas de atuação: Equipamentos (DS-1, DS-2 e MaxyClean ST); Hospitalar (produtos para limpeza e desinfecção de instrumentos, artigos, superfícies e equipamentos); e a Odonto (produtos para limpeza e desinfecção de instrumentais, superfícies e equipamentos).



Fonte: Acervo da Profilática.

Equipe Profilática.



Fonte: Acervo da Profilática.

Sede da Profilática.



Fonte: Acervo da Profilática.

PROJETO VENCEDOR:

DS-2 – SISTEMA GERADOR DE PRODUTO PRONTO USO

60

A Profilática identificou a necessidade de desenvolver um equipamento que controlasse com eficiência e precisão a dosagem e concentração de químicos. Com o objetivo de oferecer um resultado mais preciso no controle de infecção, ou seja, um sistema inteligente para produção de soluções líquidas de pronto uso com precisão, rastreabilidade e repetibilidade para utilização.

Desenvolveu a solução com o equipamento chamado DS-2, dotado do Sistema Gerador de Produto Pronto Uso (SGPU), garante a precisão da dosagem e possui sistema de segurança que identifica e informa a falta de água e de produto químico, evitando falsas dosagens. O desenvolvimento foi realizado por meio de pesquisas de campo, fóruns, simpósios e feiras procurando saber como os profissionais da saúde dosavam produtos químicos concentrados, sem que houvesse um desperdício ou até mesmo o uso em quantidade inferior ao necessário e recomendado, uma vez que

isso poderia permitir a sobrevivência de microrganismos e bactérias afetando a saúde humana. Foi verificado que não havia nada parecido ou até mesmo uma preocupação por parte das empresas desenvolvedoras de produtos químicos e sistemas de dosagens, para que tal disseminação de microrganismos pudesse ser evitada ou mesmo que os desperdícios de água, produtos químicos e riscos ocupacionais para usuários pudessem ser reduzidos.

No mercado existem sistemas imprecisos e que não garantem a dosagem correta. O diferencial do Sistema DS consiste no seu potencial em reduzir os riscos aos processos de preparação das soluções químicas.

Antes desse sistema inovador, o profissional da área da saúde precisava diluir, manualmente, os produtos químicos para que os processos de limpeza e desinfecção fossem realizados corretamente, o que acarretava diversos problemas, dentre eles a incerteza da

quantidade despejada pelo profissional até a contaminação de pacientes nos procedimentos hospitalares.

Os benefícios do equipamento foram comprovados por vários estudos: redução em torno de 58% do uso de água na aplicação dos produtos; redução do risco para usuário que manipula as substâncias; menor descarte de embalagens plásticas e substâncias químicas no meio ambiente, entre outros.

O sistema inovador SGPU, contido no equipamento DS por meio de um simples acionamento de botão, proporciona a diluição com precisão sem contato do profissional com o produto químico concentrado, trazendo efi-

cácia no processo de limpeza e desinfecção, segurança ao profissional da saúde e rastreabilidade dos processos por imprimir automaticamente as suas informações.

O produto traz uma economia extremamente significativa para as instituições, segurança para os profissionais do setor e grandes benefícios ecológicos reduzindo o descarte de embalagens plásticas no meio ambiente. São beneficiados diretamente cerca de três milhões de profissionais e todas as pessoas envolvidas com o setor da saúde no Brasil.

O equipamento é patenteado e atualmente utilizado por diversas instituições de saúde de todo o país.

Área interna da Profilática.



Fonte: Acervo da Profilática.

Área interna da Profilática.



Fonte: Acervo da Profilática.

62

“A conquista da Profilática no Prêmio Nacional de Inovação trouxe mais incentivo para o desenvolvimento de novas soluções tecnológicas e acreditamos que programas como este comprovam a capacidade técnica que o Brasil tem em criar resultados inovadores com tecnologia nacional.”

ERIDON ARAÚJO

Presidente



Fonte: Acervo do Prêmio Nacional de Inovação.

Empresas Finalistas:

- BCM Automação
- Tecvix



Empresa:

HITECHNOLOGIES

Categoria:

**INOVAÇÃO
TECNOLÓGICA**

Modalidade:

PEQUENA



APRESENTAÇÃO E HISTÓRICO DA EMPRESA

A empresa nasceu dentro da Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR). Seus fundadores eram estudantes de engenharia de computação quando tiveram uma ideia inovadora: criar um sistema de telemedicina que se adaptasse a qualquer equipamento médico e permitisse a monitoração remota de pacientes.

No fim de 2004, a Hi Technologies foi criada na Incubadora Tecnológica de Curitiba (Intec), após passar por uma banca formada pela equipe do Hospital de Clínicas. Nos anos seguintes, a equipe da empresa se dedicou a evoluir o produto, além de apresentá-lo a vários hospitais da capital paranaense. O produto passou a ser chamado de Rede *OpenVida*, gerando a primeira patente da empresa. Nesse ínterim, seus sócios se graduaram como engenheiros e ingressaram no mestrado e doutorado da PUC-PR.

A Rede *OpenVida* é um sistema de telemedicina que permite o monitoramento remoto de pacientes em UTIs, ambulâncias e *home cares*. Os profissionais de saúde podem monitorar seus pacientes a distância pela internet, em um ambiente seguro. O sistema funciona com qualquer tipo de equipamento médico existente, graças a uma tecnologia patenteada da empresa.

O sucesso da Rede *OpenVida* nas UTIs curitibanas chamou a atenção das agências de fomento nacional. Dessa forma, a empresa recebeu muitos recursos financeiros que lhe permitiram continuar inovando. Impulsionada por esse fôlego extra, a Hi Technologies iniciou o desenvolvimento do primeiro oxímetro de pulso humanizado do mundo: o **Milli**. No mes-

mo processo, a empresa obteve o Certificado de Boas Práticas de Fabricação, além das ISO 13485 e 9001, tornando-se oficialmente uma fabricante de equipamentos eletromédicos.

O ano de 2011 foi marcado pelo lançamento comercial do oxímetro durante a Feira Hospitalar. O sucesso em São Paulo precipitou os planos de internacionalização da empresa, levando a empresa a expor sua tecnologia na Europa, América do Norte, Oriente Médio e África.

A tecnologia do Milli serviu como plataforma de lançamento de vários novos produtos, entre eles o Teste do Coraçãozinho e o *Milli Sleep*. Isso vem permitindo que a Hi Technologies cresça a uma taxa de 300% ao ano nos últimos quatro anos.

A empresa, antes um *player* local, agora está presente nas cinco regiões do Brasil e em mais de 100 instituições de saúde no mundo. Sua tecnologia já foi exportada para todos os continentes, exceto a Oceania. Dessa forma, a Hi Technologies vem aumentando sua fatia de *market share* de forma consistente, e hoje já é uma das principais referências do setor de oximetria de pulso.

Apesar de todas as certificações e de atuar em um mercado regulado, a empresa mantém uma cultura *startup* muito forte. A equipe toda ainda é bastante jovem, com uma média de idade próxima aos 27 anos. Seu time de colaboradores é composto por 40% de mestres e doutores, 35% de graduados e graduandos e 25% de técnicos formados no sistema S.

Com um time extremamente inovador e uma tecnologia totalmente disruptiva, a Hi Technologies vem cumprindo sua missão, que consiste em “reinventar a tecnologia médica, inspirando-se na humanização”.

Sede da Hi Technologies.



65

Fonte: Acervo da Hi Technologies.

Equipe Hi Technologies.



Fonte: Acervo da Hi Technologies.



**Equipe Hi
Technologies.**

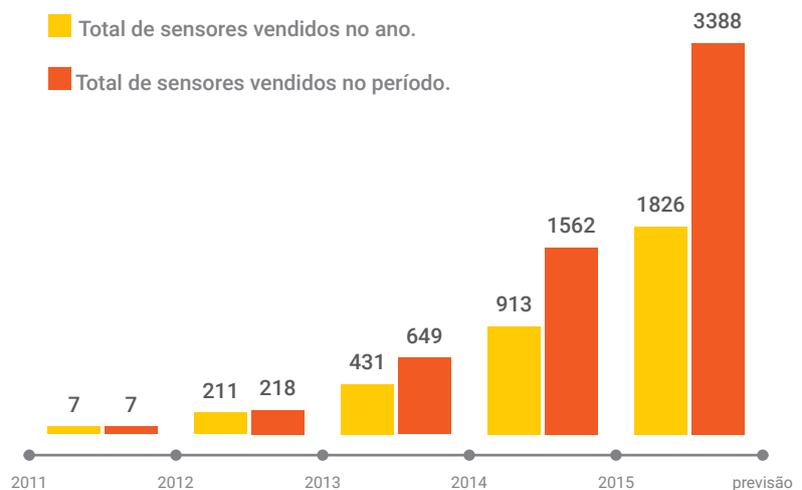
Fonte: Acervo da Hi
Technologies.

CRESCIMENTO E RESULTADOS

MILLIS comercializado



SENSORES comercializado



Fonte: Acervo da Hi Technologies.

PROJETO VENCEDOR:

PLATAFORMA MILLI

O projeto Milli nasceu da percepção de que os equipamentos médicos convencionais não estão preparados para um mundo social e conectado. Eles podem monitorar sinais vitais com grande performance, porém falham drasticamente quando se trata de interação e conectividade.

Por exemplo, um médico consegue monitorar facilmente a temperatura ou a frequência cardíaca de um paciente. Porém, se ele tentar compartilhar essa informação por *e-mail* com algum colega, enfrentará um grande problema. Isso acontece porque os equipamentos médicos convencionais não se conectam com a Internet.

Da mesma forma, se um médico decide dar alta a um paciente e monitorá-lo a distância, ele terá problemas. Os equipamentos médicos convencionais foram projetados para hospitais, e não para a casa de um paciente. Faltam-lhes *design*, facilidade de uso e recursos de telemedicina.

O mesmo tipo de problema surge nas ambulâncias, quando o objetivo é criar uma aplicação de telemedicina.

Para a empresa, esses problemas são muito graves, pois acredita que a tendência da saúde mundial é o *home care*, a telemedicina, o *e-health*, ou seja, o conceito de um “hospital

sem paredes”. Apesar disso, nenhuma das grandes empresas está produzindo equipamentos para esse novo mundo.

Pensando nisso, a Hi Technologies criou o Milli, o primeiro monitor de sinais vitais humanizado e conectado do mundo. Em sua versão básica, o Milli pode monitorar quatro sinais vitais diferentes do paciente. Mas, além disso, possui um *design* premiado, *wi-fi*, *bluetooth*, *USB*, *touchscreen*, *webcam*, acesso à internet, entre vários outros recursos.

Os profissionais de saúde podem realizar o *download* de novos recursos pela internet, customizando o equipamento de acordo com cada necessidade. Da mesma forma, eles podem compartilhar informações usando *e-mails*, internet ou *bluetooth*.

Até mesmo os pacientes podem utilizar o equipamento. Eles podem se comunicar com a sua família por meio de aplicativos de videoconferência ou redes sociais, como o *twitter*, o *skype* e o *facebook*. Pacientes pediátricos podem brincar com o aparelho, aproveitando diversos *games*. Cada novo aplicativo adapta o equipamento à situação. Por exemplo, o aplicativo Teste do Coraçãozinho permite que um profissional de saúde identifique doenças cardíacas em um recém-nascido em menos de

cinco minutos. As soluções anteriores demoravam mais de 30 minutos.

O aplicativo *OpenVida*, que também faz parte do ecossistema do Milli, permite que pacientes sejam monitorados em casa por meio da telemedicina. É o único produto de telemedicina em tempo real que funciona via internet de forma transparente e automática.

O aplicativo *Milli Sleep* permite que o exame de polissonografia seja realizado em casa, detectando pacientes que têm apneia do sono ou que necessitam de uso de concentrador de oxigênio, também é o único no mundo.

É importante perceber que o Milli não é apenas um produto. Na verdade, trata-se de uma plataforma tecnológica que vem permitindo o nascimento de toda uma nova geração de soluções médicas.

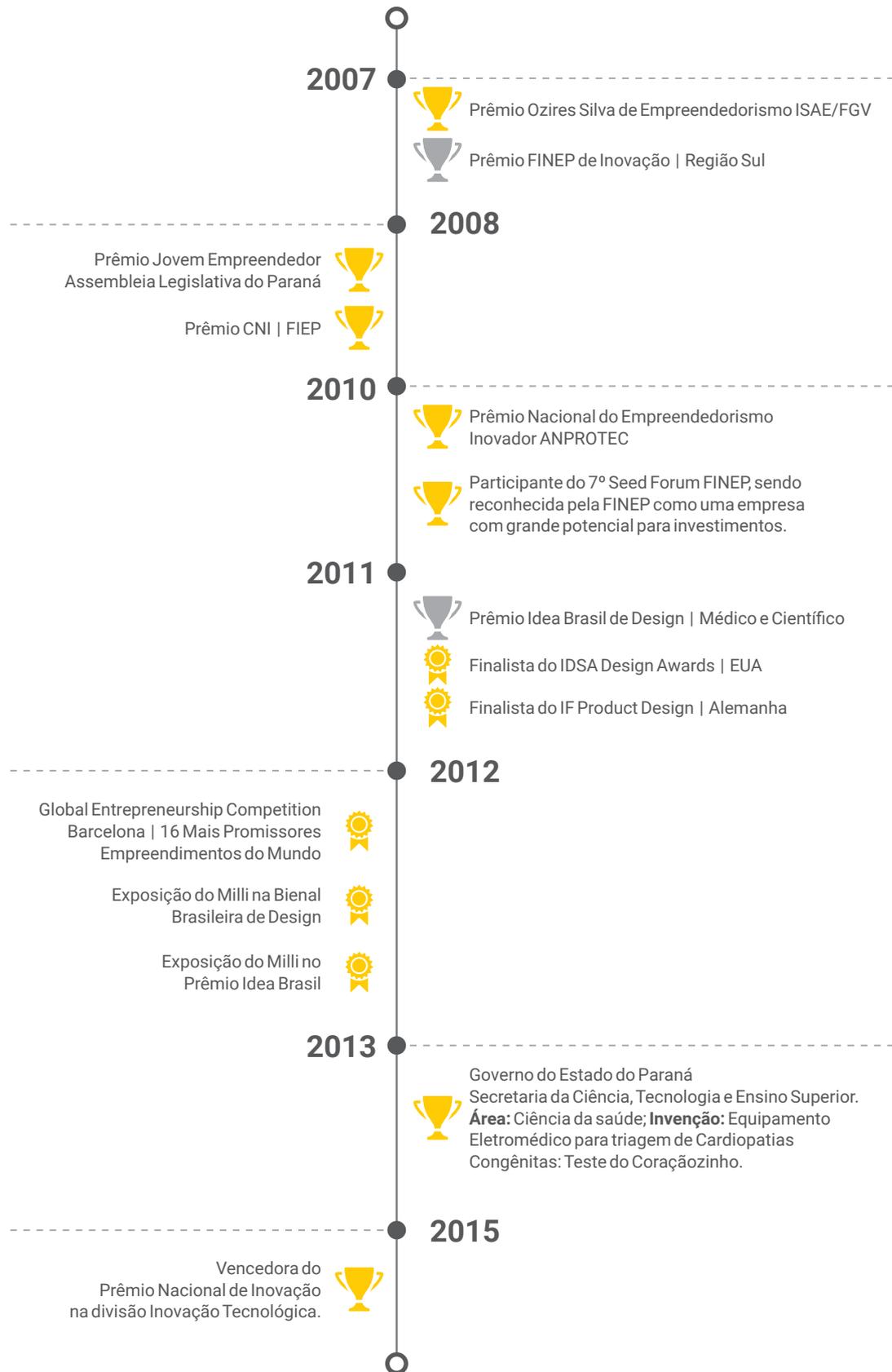
O produto já está presente em 22 estados do Brasil, com mais de 62 vendedores e em mais de 100 estabelecimentos de saúde. A tecnologia já foi exportada para 15 países, entre eles: Estados Unidos, Alemanha, Canadá, Colômbia, Peru, Equador, Israel, Turquia, França, Irã, Arábia Saudita, África do Sul, Índia e Indonésia.

A Hi Technologies vem crescendo a uma taxa de 300% em função do projeto. Em 2014, a empresa atingiu o ponto de equilíbrio do negócio, com lucratividade, de aproximadamente, 20% e Ebitda superior a 40%. A previsão é que a lucratividade suba para 35% do faturamento em 2015, visto que os custos do projeto foram pagos e a escala de produção está aumentando cada vez mais.

Milli.



Prêmios da Hi Technologies.





Equipe Hi Technologies.

Fonte: Acervo da Hi
Technologies.

70

“A Hi Technologies nasceu pequena, dentro de uma universidade e de uma incubadora. Nós éramos estudantes, sem experiência, sem reconhecimento e sem dinheiro. Não tínhamos a maior fábrica nem a maior equipe de vendas. Em um mercado dominado por grandes empresas, nosso único diferencial era a inovação. Apostamos que construir produtos disruptivos era mais importante do que todo o resto. Felizmente, acertamos.”

MARCUS VINÍCIUS MAZEGA FIGUEREDO

CEO



Fonte: Acervo da Hi Technologies.

Empresas Finalistas:

↳ Biodiversité do Brasil



Empresa:

NATURA COSMÉTICOS

Categoria:

**INOVAÇÃO EM
MODELO DE NEGÓCIO**

Modalidade:

GRANDE EMPRESA

APRESENTAÇÃO E HISTÓRICO DA EMPRESA

Fundada em 1969, a Natura é a maior multinacional brasileira de cosméticos e produtos de higiene e beleza. Líder no setor de venda direta no Brasil, registrou R\$ 7,4 bilhões de receita líquida em 2014, possui sete mil colaboradores, 1,7 milhão de consultoras e operações na Argentina, Bolívia, Chile, México, Peru, Colômbia e França.

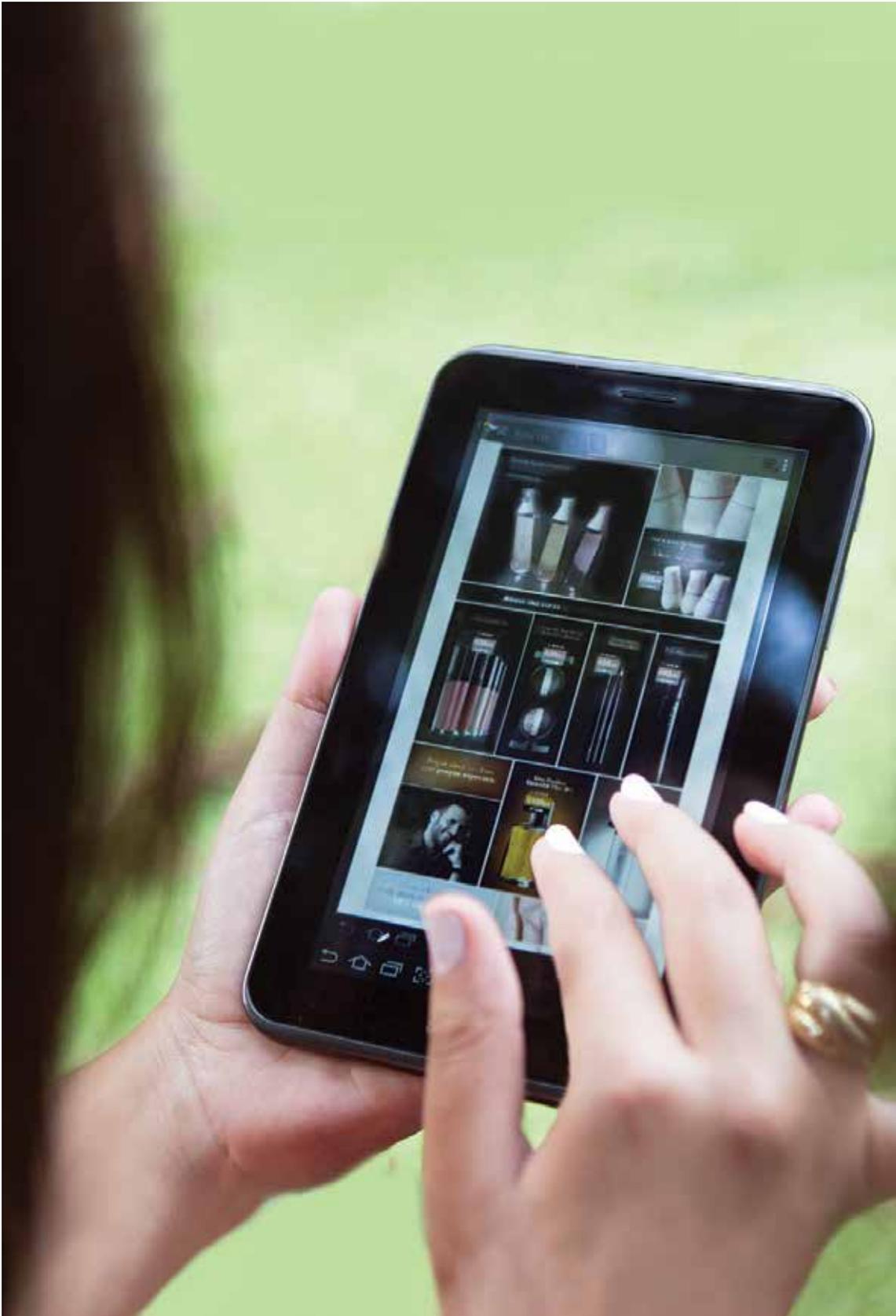
Em dezembro de 2014 recebeu o selo *Certified Benefit Corporations*, que reconhece iniciativas empreendedoras mundiais. Foi a primeira companhia de capital aberto a receber a certificação, o que reforça sua atuação sustentável nos aspectos social, ambiental e econômico.

A estrutura da companhia é composta por fábricas em Cajamar-SP e Benevides-PA, oito centros de distribuição no Brasil, um *hub* logístico em Itupeva-SP e centros de Pesquisa e Tecnologia em São Paulo-SP, Manaus-AM e Nova Iorque-EUA. Detém 65% da fabricante australiana de cosméticos Aesop, com lojas em países da Oceania, Ásia, Europa e América do Norte. Produtos da marca Natura podem ser adquiridos pela Revista Natura ou pela Rede Natura (www.redenatura.net). Para encontrar uma Consultora Natura por perto, os consumidores podem enviar um SMS gratuito com a palavra Natura para 28128. Para mais informações sobre a empresa, visite www.natura.com.br e confira os seus perfis nas seguintes redes sociais: *LinkedIn, Facebook, Twitter e Youtube*.

Sede da Natura.



Plataforma Digital da Natura.



PROJETO VENCEDOR:

PLATAFORMA DIGITAL

A Natura inova em seu modelo de negócios ao colocar as tecnologias digitais e a conectividade como alavancas para a venda direta. Isso significa que, com a rede natura, passa a ser possível unir a proximidade e a personalização que são únicos da venda direta, além da agilidade e comodidade oferecidas pela venda *online*.

Tal proposta deriva de um novo olhar sobre o futuro de toda a Natura, quando a empresa identificou a oportunidade de evoluir significativamente em seu modelo de venda direta e, com isso, expandir o alcance e o poder de transformação a partir de ferramentas digitais e da principal força da empresa, sua rede de relações.

A rede natura funciona como uma nova forma de trabalho das consultoras e consultores Natura (CN), ajudando a ampliar as vendas e facilitando os modos de interação com os consumidores. De um lado, o modelo conecta os consultores por meio de uma plataforma de *e-commerce* (<http://rede.natura.net/>) que permite que o consumidor escolha como e quando quer adquirir os produtos Natura. De outro, possibilita que cada CN tenha sua própria página na internet para comercializar produtos e deixe de se preocupar com a logística e com a cobrança para apenas se concentrar

em fortalecer o relacionamento e atender com dedicação os clientes de sua rede.

Esse cliente pode tanto chegar ao espaço da Rede Natura por indicação/convite de uma CN ou por iniciativa própria. A partir do momento em que entra no *site*, o consumidor tem a opção de selecionar uma consultora a partir de critérios como lista de contatos, *Facebook*, amigos virtuais ou até via sistema de busca por nome, bairro, cidade ou código postal. A Natura é, então, a responsável pela entrega do produto no endereço escolhido pelo cliente, em qualquer cidade do Brasil. Um diferencial da Rede é que, a cada compra feita no espaço de uma CN na internet, o pagamento é automaticamente dividido entre o lucro da consultora e o pagamento da Natura.

Assim, a Rede Natura é um modelo de negócios referência no mundo que combina três territórios complementares: negócios, conteúdo e economia criativa. Isso representa uma completa transformação em sua própria cultura empresarial, mais ágil e voltada para uma cultura de prototipagem, de aprendizados e aprimoramentos contínuos.

Como resultado, funciona como um grande habilitador capaz de impulsionar um novo ciclo de crescimento para a Natura, efetivar o

potencial da rede de relações por meio do uso intensivo da tecnologia e caminhar em direção à sua visão de futuro.

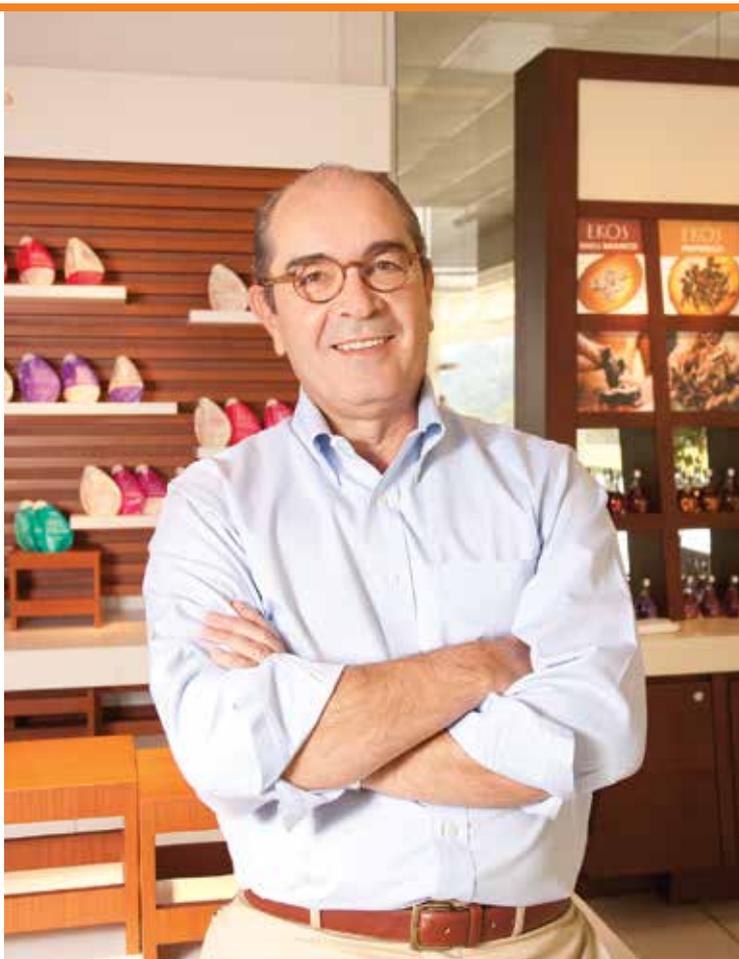
Testada com sucesso nas cidades de Campinas e São José dos Campos entre 2012 e 2013, a Rede começou a ser ampliada para

São Paulo e outras regiões do Brasil ao longo de 2014. Nesse curto intervalo, o modelo tornou-se uma forma mais rápida de gerar receita, com uma estrutura de custos menor e uma expressiva capacidade de atração e manutenção de novos consumidores.

“Como forma de evoluir na relação com os clientes e na sua experiência de compra, assim como no aumento das oportunidades de gestão de negócios para as consultoras e consultores, a Rede Natura, o primeiro modelo de franquia da venda direta digital do Brasil, coloca em prática o uso dos melhores recursos das tecnologias digitais e da conectividade.”

ROBERTO OLIVEIRA DE LIMA

Diretor-Presidente



Fonte: Acervo da Natura.

Empresas Finalistas:

- 3M do Brasil
- Votorantim Metais

PREMIAÇÕES

Todas as empresas inscritas recebem o Relatório de Avaliação da sua candidatura ao Prêmio Nacional de Inovação. O relatório é elaborado por especialistas em inovação e apresenta os pontos fortes e as oportunidades de melhoria das evidências apresentadas pela candidata.

Além do relatório de avaliação, as vencedoras do Prêmio Nacional de Inovação recebem premiações de acordo com os critérios do regulamento. Conheça a seguir as premiações:

- Curso de Educação Executiva Nacional: promovido pelo Instituto Euvaldo Lodi (IEL) ministrado por escola de negócios reconhecida internacionalmente. O curso oferece os mais modernos conceitos e práticas de gestão de negócios para atender à demanda de um grupo seletivo de empresários, executivos e sucessores empresariais por capacitação de excelência. Propiciam ainda uma oportunidade de convivência

e troca de experiências com acadêmicos internacionais e dirigentes empresariais, em ambientes de aprendizagem diversificados e cosmopolitas.

Os vencedores dessa edição participaram do curso *Design e Gestão Estratégica de Negócios* ministrado pela Poli Design Consorzio del Politecnico di Milano, ocorrido nos dias 7 a 11 de julho de 2015 em Santa Catarina-SC.

Ministrado pelos professores Cabirio Cautela e Claudio Deel’Era, o programa foi desenhado para a realidade do mercado brasileiro, objetivando repensar e determinar as estratégias empresariais por meio do *design*. Além disso, proporcionou aos participantes uma experiência intensiva com imersão em período integral, sessões interativas, estudos de caso e discussões orientadas para resultados.

Participantes do Curso de Educação Executiva Nacional.



Representantes das empresas vencedoras no Curso de Educação Executiva Nacional.



Fonte: Acervo Fiesc e IEL Santa Catarina.

78 **•** Curso de Educação Executiva Internacional: promovido pelo Instituto Euvaldo Lodi (IEL) ministrado pelo Insead Business School, uma das principais escolas de negócios do mundo. Os vencedores dessa

edição participaram do curso Inovação Estratégica para Dirigentes Empresariais nos dias 30 de agosto a 4 de setembro de 2015 em Fontainebleau, França.

Representantes das empresas vencedoras no Curso de Educação Executiva Internacional.



- Missão Técnica Internacional: realizada em um centro de referência mundial em inovação. A edição 2014/2015 levou os contemplados a Boston, nos Estados Unidos. A programação aconteceu no Massachusetts Institute of Technology (MIT) e seu ecossistema de inovação.

Os participantes conheceram centros de pesquisa e inovação, como, por exemplo, o MediaLab e Cambridge Innovation Center, além de incubadoras, *startups*, estudantes e empresas de sucesso criadas

pelos ex-alunos brasileiros do Massachusetts Institute of Technology (MIT). Além disso, puderam vivenciar a cultura inovadora e realizar *networking* com empresários, pesquisadores e professores.

A pesquisa de satisfação realizada pelo comitê gestor do Prêmio solicitou uma nota de 0 a 10, em que zero era totalmente insatisfeito e 10 totalmente satisfeito, a média final dos participantes ficou em 9, demonstrando que o grupo teve um alto grau de satisfação.

Participantes da Missão Técnica Internacional.



Fonte: Acervo do Prêmio Nacional de Inovação.

Atividade da Missão Técnica Internacional.



Fonte: Acervo do Prêmio Nacional de Inovação.

80

Visita ao Media Lab do MIT.



Fonte: Acervo do Prêmio Nacional de Inovação.

Visita ao Media Lab do MIT.



81

Fonte: Acervo do Prêmio Nacional de Inovação.

- Edital Senai-Sesi de Inovação: as empresas premiadas com o edital recebem a pré-aprovação da proposta de projeto, os quais devem atender os requisitos do referido edital. Observando-se os seguintes limites:
 - Modalidade pequeno negócio: recebe até R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais).
 - Modalidade média empresa: recebe até R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais).
 - Modalidade grande empresa: recebe até R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais).

CNI

Diretoria de Inovação

Gianna Sagazio

Diretora de Inovação

Gerência de Gestão da Inovação

Suely Lima Pereira

Gerente de Gestão de Inovação

Gerência de Políticas para Inovação

Luís Gustavo Delmont

Gerente de Políticas para Inovação

Comitê Gestor

Mirelle dos Santos Fachin

Analista de Desenvolvimento Industrial

Débora Mendes Carvalho

Analista de Desenvolvimento Industrial

Denise Rodrigues Silva

Analista de Desenvolvimento Industrial

Diretoria de Comunicação – DIRCOM

Carlos Alberto Barreiros

Diretor de Comunicação

Gerência Executiva de Publicidade

e Propaganda – GEXPP

Carla Gonçalves

Gerente-Executiva de Publicidade e Propaganda

André Augusto Dias

Produção Editorial

Diretoria de Serviços Corporativos – DSC

Fernando Augusto Trivellato

Diretor de Serviços Corporativos

Área de Administração, Documentação e Informação – ADINF

Maurício Vasconcelos de Carvalho

Gerente-Executivo de Administração,

Documentação e Informação

Gerência de Documentação

e Informação – GEDIN

Mara Lucia Gomes

Gerente de Documentação e Informação

Alberto Nemoto Yamaguti

Pré e Pós-Textual

SEBRAE

Diretoria Técnica

Heloisa Regina Guimarães de Menezes

Diretora Técnica

Unidade de Acesso à Inovação e Tecnologia (UAIT)

Célio Cabral de Sousa Júnior

Gerente

Unidade de Atendimento

Setorial Indústria (UASIN)

Kelly Cristina Valadares de Pinho Sanches

Gerente

Comitê Gestor

Marcus Vinícius Lopes Bezerra

Gerente Adjunto da UAIT

Analuiza de Andrade Lopes

Gerente Adjunta da UASIN

Poliana Dutra da Silva Santos Valente

Coordenadora Nacional do Programa

Agentes Locais de Inovação - ALI

Adriana Dantas Gonçalves

Analista Técnico

Hugo Lumazzini Paiva

Analista Técnico



Especialistas em pequenos negócios



Confederação Nacional da Indústria

CNI. A FORÇA DO BRASIL INDÚSTRIA



**Prêmio
Nacional
de Inovação**



Especialistas em pequenos negócios



Confederação Nacional da Indústria

CNI. A FORÇA DO BRASIL INDÚSTRIA