



TER SORTE, REZAR E TORCER ajudam,
mas no mundo dos negócios as soluções do
IEL Santa Catarina são essenciais para sua empresa ser
mais competitiva.

Instituto Euvaldo Lodi de Santa Catarina - IEL/SC

I Workshop de Inovação e Transferência de Tecnologia
UFMA / EMPRESA

Criatividade Acadêmica e as Novas Perspectivas da Pesquisa

Natalino Uggioni, Superintendente

São Luiz/MA

Junho, 2010



Diretrizes Organizacionais

Missão

Contribuir para o desenvolvimento sustentável da indústria catarinense, promovendo o aperfeiçoamento da gestão, a capacitação empresarial, a inovação e a interação entre instituições de ensino/pesquisa e empresas.

Visão

Ser reconhecido em suas áreas de atuação, como instituição de referência na interação entre instituições de ensino/pesquisa e empresas.

Política de Qualidade

Implementar ações que promovam a interação entre instituições de ensino/pesquisa e empresas, atendendo aos requisitos dos clientes e normas vigentes, num processo de melhoria contínua para eficácia do sistema de gestão.

Valores

Competência, Comprometimento, Compromisso com a Excelência, Ética e Respeito.

IEL no Brasil



- Sistema IEL;
- Interação entre os centros de conhecimento e pesquisa e as empresas;
- Conta com 27 Núcleos Regionais vinculados às Federações das Indústrias em todos os Estados.

IEL em Santa Catarina



- 14 postos de atendimento em SC;
- Parcerias para levar o conhecimento produzido nas instituições de ensino e pesquisa para as empresas, para seu desenvolvimento e competitividade.

IEL/SC: Desenvolvimento e Competitividade

- Para as empresas de pequeno, médio e grande porte dos diversos segmentos no Estado;
- O IEL/SC desenvolve e implementa soluções de níveis estratégicos que elevam o potencial competitivo.

ATUAÇÃO:

- Gestão e Inovação
- Capacitações
- Gestão de Estágio: Desenvolvimento Empresarial e Pré-Profissional



Gestão e Inovação



Metodologias e Benefícios:

- **Benchmarking Industrial:** IEL/SC está entre as 14 instituições no mundo credenciadas e habilitadas para aplicação da ferramenta desde 1996. Possui banco mundial com ~1.000 empresas de médio e grande porte; comparativo com líderes de segmentos; posicionamento no cenário mundial; plano de melhorias baseado em práticas e *performance*.
- **Gestão da Inovação:** metodologia própria; organiza e potencializa a inovação; qualificação da empresa; desenvolvimento e melhoria de produtos e processos; ganho de mercados; captação de recursos.

Gestão e Inovação



Metodologias e Benefícios:

- **Programa de Desenvolvimento da Cadeia Produtiva:** qualifica a cadeia produtiva; reduz riscos de fornecimento; otimiza produção; promove inovação; melhora o nível de gestão das empresas fornecedoras.
- **Elaboração de Projetos para Inovação:** análise técnica da necessidade das empresas; verificação de fontes de fomento; desenvolvimento técnico do projeto, encaminhamento às fontes de fomento e acompanhamento dos resultados.
- **Mapeamento Estratégico da Gestão para Coletivos Empresariais - MPE's:** metodologia própria; diagnóstico de competitividade para coletivos empresariais; verifica nível de gestão com comparativos setoriais entre MPEs; plano de melhorias.

Capacitação em Gestão da Inovação

Objetivos:

- Organizar a empresa para o processo da inovação tecnológica de maneira global.
- Apresentar em detalhes a implementação completa da metodologia de gestão da inovação.

Público-alvo:

- Empresários, dirigentes, engenheiros, pesquisadores e técnicos de empresas de grande, médio e pequeno porte, de todos os setores industriais.

Carga horária:

- 16 horas e/ou 24 horas

Programa do Curso:

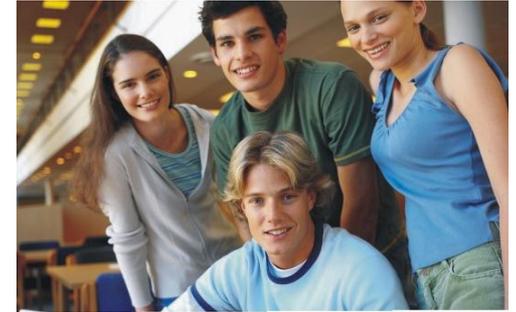
- Conceitos de inovação; Características de empresas inovadoras; Ambiente para inovação; Geração e classificação de idéias; Árvores de competências; Criação de núcleos de inovação na empresa; Estrutura organizacional para inovação; Perfil de gestores de inovação; Sistemas de informação para inovação; Indicadores de inovação; Conceitos de estratégia e planejamento; Diagnóstico da Inovação; Modelo de planejamento estratégico de inovação; Métodos e ferramentas para planejamento matriz SWOT de inovação; Matriz BCG e carteira de produtos e projetos; Matriz de decisão; Mapeamento tecnológico; Execução do planejamento estratégico da inovação e indicadores de inovação.

Gestão de Estágio



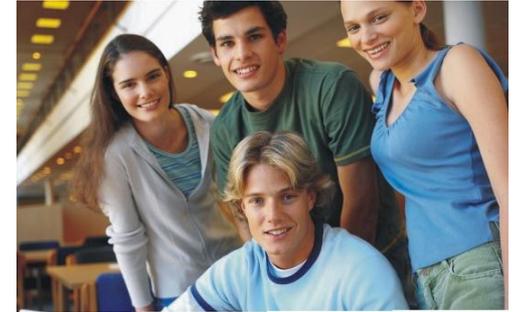
- **Estágio Responsável:** convênio com 90% das instituições de ensino do Estado; banco de estudantes de ensino médio, técnico, tecnólogo e superior; recrutamento e seleção de perfis desejáveis pelas empresas; dinâmicas de grupo, entrevistas individuais e aplicação de testes psicológicos - estágios obrigatórios e não obrigatórios.
- **Recrutamento e Seleção de Estagiários:** o IEL/SC faz um trabalho criterioso de recrutamento e seleção, que garante a qualidade das contratações e a manutenção dos talentos por meio de: triagem de candidatos; apresentação de programas de estágios das empresas; dinâmicas de grupos; aplicações de testes psicológicos; entrevistas individuais; elaboração do parecer final sobre candidatos para estágio obrigatório e não-obrigatório.

Gestão de Estágio



- **Avaliação de Desempenho dos Estagiários:** identifica as habilidades e o potencial dos estagiários, a fim de desenvolver talentos para as organizações. Avalia o desempenho dos estagiários no decorrer da vigência de estágio por meio de auto-avaliação e acompanhamento realizado pelos supervisores.
- **Elaboração do Perfil Comportamental do Estagiário:** identifica os potenciais profissionais, facilita o processo de promoção das pessoas e subsidia decisões de investimento em capacitações específicas. Metodologia que facilita o processo de decisão da empresa para promover pessoas que estejam de acordo com os padrões e perfis estabelecidos .

Gestão de Estágio



- **Recrutamento e Seleção de Estudantes para Programas de *Trainees*:** Recrutamos e selecionamos estudantes de último ano ou recém-formados para empresas que possuem programas de *trainees*, para treinamento, desenvolvimento e capacitação de novos talentos para a gestão de negócios.
- **Oficinas de Desenvolvimento Profissional para Estudantes e Estagiários:** orienta as principais competências exigidas pelo mercado de trabalho e aborda temas focados nas habilidades que são necessárias para inserção e permanência do estagiário no mesmo. Ela visa estimular o desenvolvimento das competências técnicas e, principalmente, comportamentais dos pré-profissionais, como: elaboração de currículo, participação em entrevistas, entre outros temas importantes.

Capacitação para Supervisores de Estágio

Objetivo:

- Contribuir para que o programa de estágio das empresas atenda os requisitos da legislação vigente e promova o equilíbrio entre líderes e liderados, de modo que se crie boa referência profissional e pessoal para o estagiário.

Público-alvo:

- Supervisores e orientadores de estágio de empresas públicas e privadas ou que virão a se tornar supervisores.

Carga horária:

- 08 horas

Programa do Curso:

- Conceito de estágio; Aspectos legais do estágio; Alterações da Nova Lei de Estágio; O que é ser um supervisor de estágio e qual o seu papel?; Habilidades e responsabilidades do supervisor de estágio; Fatores que determinam a qualidade do estágio; As melhorias e os impactos da Nova Lei de Estágio.

Algumas premissas 1/3

- Grande maioria de respostas SIM ao questionamento: A empresa realiza inovação?
- Grande maioria de respostas SIM ao questionamento: A empresa tem interesse em recursos para investir em inovação?
- Grande maioria de respostas SIM ao questionamento: A empresa inova sozinha?
- A maioria das empresas realiza Inovação Incremental.

Algumas premissas 2/3

- Grande maioria de respostas NÃO ao questionamento: A empresa conhece a lei de Inovação?
- Grande maioria NÃO participa de eventos com oportunidades/conhecimentos para inovação.
- Elevado n. de empresas/empresários aponta a aquisição de equipamentos de última geração como sendo Inovação.

Algumas premissas 3/3

- Grande maioria de respostas NÃO ao questionamento: A empresa conhece/usufrui os benefícios da Lei do Bem? (Talvez a melhor resposta aqui seria: que lei é esta?)
- Informação sobre oportunidades de recursos para inovação “não chega” a boa parte da empresas.
- Cultura do: “Isso não é para nós / para nossa empresa”.
- Em termos de Inovação, sobram recursos, faltam (bons) projetos (Palavras do Ministro de C&T)

Outras premissas



- Editorial
- Segundo levantamentos internacionais, 1/3 das empresas brasileiras implementam inovação, contra 50% dos países da EU.

Citações 1/2



Reduzido n. de empresas que contam com diagnósticos eficazes para o conjunto completo de suas atividades de inovação.

Inovação não é privilégio reservado a empresas “escolhidas” nem ...ao alcance de alguns iluminados.

Inovação incremental...criatividade travada... pequenas mudanças ...vai se transformando na forma dominante de inovação e não deixa espaço para a inovação de ruptura.

Citações 2/2

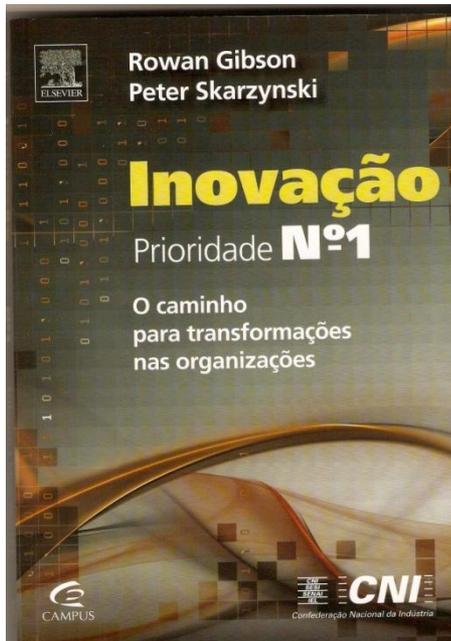


Inovação de ruptura...potencial de reescrever as regras da competição na indústria.

Quando não se conta com sólido mapeamento da inovação, é mais difícil saber por onde começar.

Sucesso da inovação...superar os “anticorpos” organizacionais.

Citações 1/3



*Introdução
por Gary Hamel

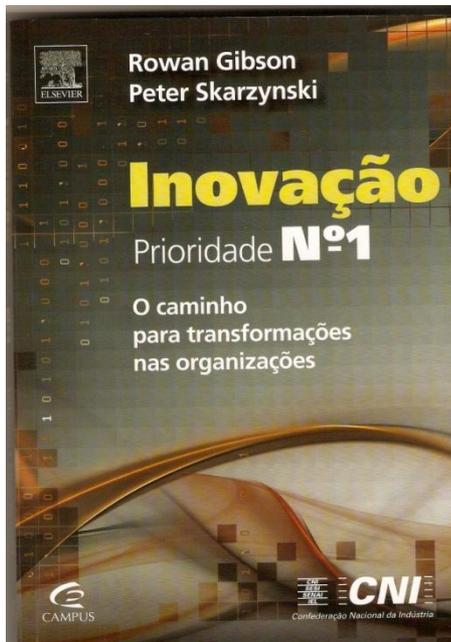
..inscrustar o DNA da inovação em seus sistemas gerenciais e culturas organizacionais.

..inovação vista como trabalho de especialistas criativos...tarefa de artesãos da inovação...vez por outra conseguem implatar uma ideia radical nas covardes e conservadora fileiras da média gerência e no mercado.

A inovação é importante demais para ser função depto, iniciativa eventual ou ato exepcional.

Citações 2/3

...a inovação é a única segurança contra a irrelevância.



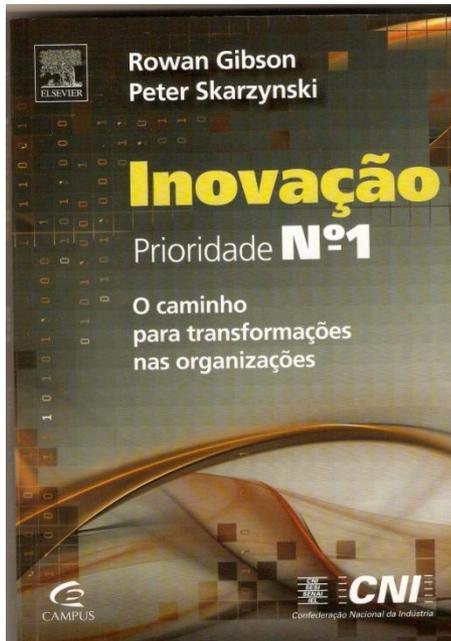
Uma em cada 100 empresas consegue tornar a inovação uma competência profusa em todas as suas camadas.

...falta de um plano para tornar a inovação uma responsabilidade de todos.

*Introdução
por Gary Hamel

..levar a inovação até o âmago da empresa....ao cerne dos negócios e da cultura da organização.

Citações 3/3



A inovação pode se tornar sistêmica dentro de qualquer organização.

...a inovação deve ser “onipresente” na empresa.

..aplicada de modo sistêmico, FUNCIONA.

..sistemas corporativos de inovação podem ser tão eficientes e comuns quanto os sistemas da qualidade.

Brasil fica em 68º no ranking mundial de inovação

País registra pouco avanço em inovação tecnológica. Mecanismos de estímulo à inovação estão atendendo mais à academia do que ao mercado.

O Brasil despencou da 50ª para a 68ª posição no ranking mundial de inovação de 2010, que classifica as economias de Islândia, Suécia e Hong Kong como as três mais inovadoras do mundo.

Dentre os países latino-americanos, o País ficou apenas no 7º posto, perdendo para Costa Rica, Chile e Uruguai. No ano passado, o Brasil era o 3º mais bem classificado na região.

Lei do Bem: Aumenta procura por benefícios para P&D

....em 2006, 130 empresas solicitaram o apoio da Lei do Bem, enquanto que em 2008 mais de 550 se candidataram. Lei ajuda o País a ser mais competitivo, diz consultor .

...interesse pelos benefícios oferecidos para quem investe em Pesquisa em Desenvolvimento tem aumentado nos últimos anos."A lei é recente e traz uma contribuição para ajudar o País a ser mais competitivo", diz Milton da Vila, sócio da área de consultoria empresarial da Deloitte.

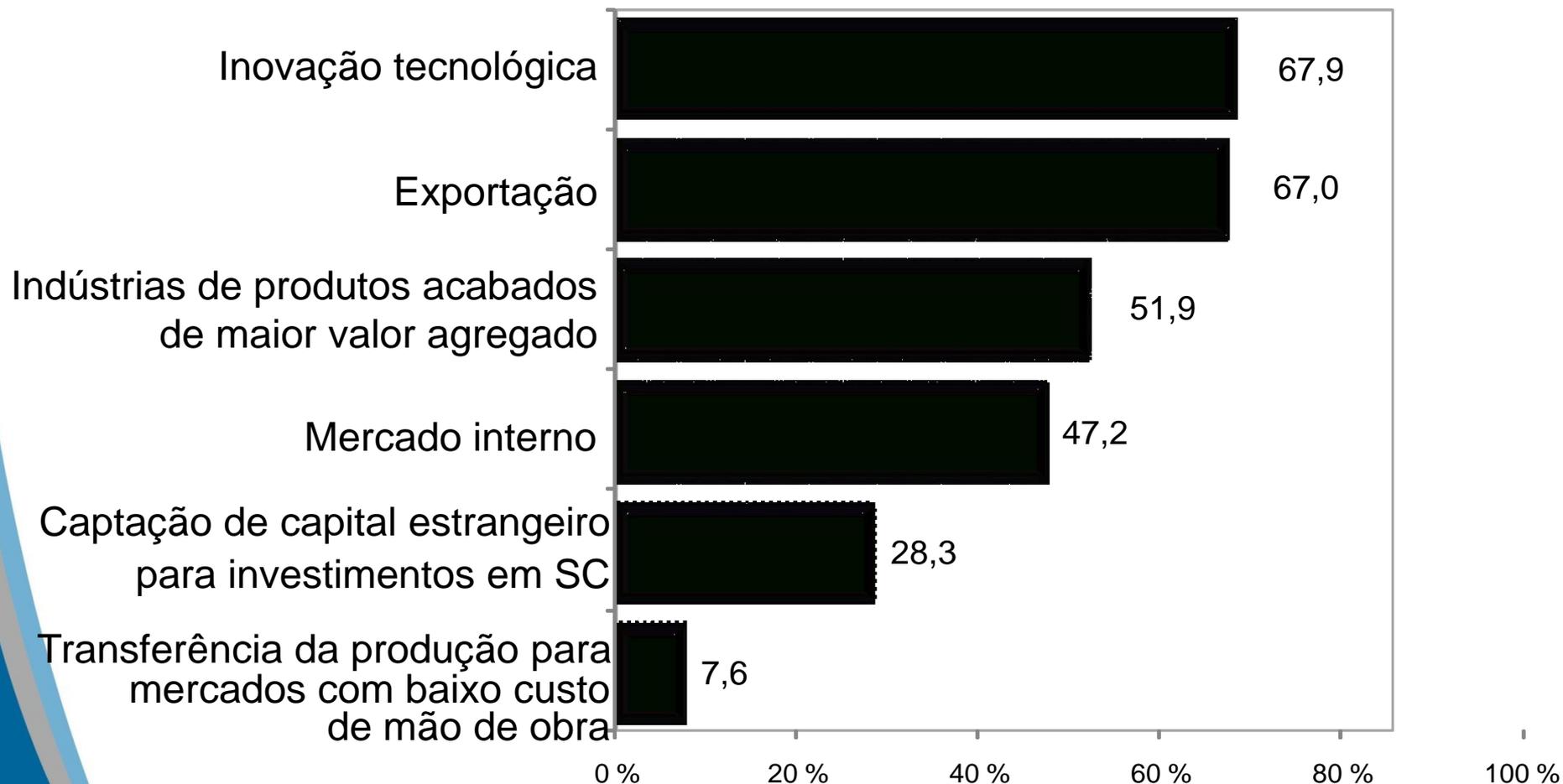
O aumento do interesse pela Lei do Bem, que prevê incentivos fiscais a empresas que desenvolverem inovações tecnológicas,

...grande parte dos empresários ainda não conhece as possibilidades oferecidas pela legislação quando o assunto é incentivo à inovação.... Para Marie Rodrigues, é preciso quebrar a resistência de alguns empresários pela novidade. "Alguns ainda receiam participar dos programas de incentivo por falta de exemplos no mercado. Apesar de saberem que existe o benefício, eles ainda esperam uma maturidade maior da lei", diz a consultora.

(Fonte: Ig - 29/04/2010)

Para usufruir dos incentivos fiscais determinados pela **Lei do Bem** a empresa deve optar por declarar seu imposto no **regime de lucro real**, mais complexo e dispendioso, utilizado por **apenas cerca de 6%** das empresas nacionais. As empresas que declaram por lucro presumido, simples ou supersimples - geralmente empresas menores - são impedidas de utilizar a Lei do Bem.

Avaliação do setor industrial catarinense sobre fatores e oportunidades de crescimento da indústria catarinense



Ampliar em 50% os recursos de subvenção à Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) do setor privado é uma das propostas da indústria brasileira para aumentar o nível de inovação das empresas. Essa sugestão está no documento A Indústria e o Brasil, uma Agenda para Crescer Mais e Melhor, entregue nesta terça-feira, 25 de maio, aos pré-candidatos à Presidência pela CNI.

Inovação na indústria depende de mais incentivos para pesquisa

Para CNI, competitividade do Brasil depende do aumento da inovação das empresas. Documento aponta soluções para garantir crescimento sustentado da economia brasileira

Fonte: Protec 25/05/2010

Inovação é ...



Pesquisar: a web páginas em português páginas do Brasil

Resultados **1 - 10** de aproximadamente **7.270.000** para **inovacao**



29.100.000 resultados para
inovacao:

O que é inovação?

Transformação de uma nova idéia em uma nova **empresa** (Apple Computer), em um novo **produto** (o walkman da Sony), em um novo **serviço** (as entregas imediatas da Federal Express), em um novo **processo** (fila única de espera para múltiplos serviços em bancos), ou em um novo **método de produção** (projeto e fabricação auxiliados por computador)



O que é inovação?

Transformação de uma nova idéia em uma nova **empresa** (Tchibo), em um novo **produto** (H2OH!), em um novo **serviço** (vendas por internet), em um novo **processo** (estampagem a base de água), ou em um novo **método de produção** (inspeção por imagem)

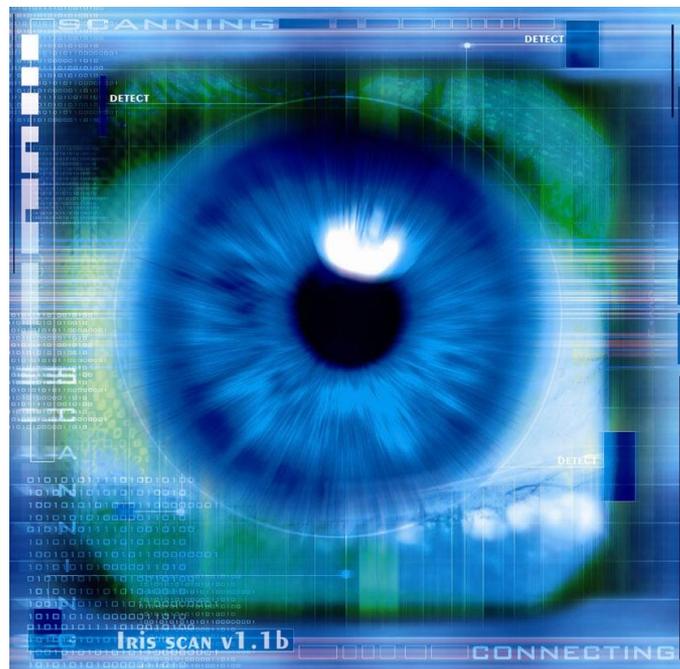


H2OH!



O que é inovação?

- **Inovação:** introdução de novidade ou aperfeiçoamento no ambiente produtivo ou social, que resulte em novos produtos, processos ou serviços; (Lei de Inovação, 2004)



**NOVO
SIGNIFICATIVAMENTE MELHORADO
EM USO**

**VOLTADO PARA O MERCADO
VOLTADO PARA O SOCIAL**

Inovação é ...

Inovação pode ser muita coisa e é natural que haja diferentes formas de percebê-la e muitos caminhos para torná-la realidade.



Para o **supermercado** é
RESPONSABILIDADE SÓCIO-
AMBIENTAL

Para o **fabricante de sacolas** é
MUDANÇA DE PROCESSO COM
INTRODUÇÃO DE NOVA MATÉRIA-
PRIMA E NOVOS DOSADORES

Para o **fornecedor do fabricante de sacolas** é IMPORTAÇÃO DE MATÉRIA-
PRIMA E DESENVOLVIMENTO DE
NOVOS PRODUTOS (DOSADORES)

Para a **empresa de produtos químicos** é
DESENVOLVIMENTO DE NOVOS
PRODUTOS (ADITIVOS)

Para a **universidade** é
DESENVOLVIMENTO DE PESQUISA
BÁSICA OU PESQUISA APLICADA

Inovação é ...

A exploração com sucesso de novas ideias, obtidas a partir de conhecimentos das mais diversas fontes.

Qualquer coisa diferente de “mais do mesmo”, que é disponibilizada no mercado, aplicada na organização ou transferida para a sociedade.

“MAIS DO MESMO” É PRODUÇÃO
“DIFERENTE” É INOVAÇÃO

Inovação é ...

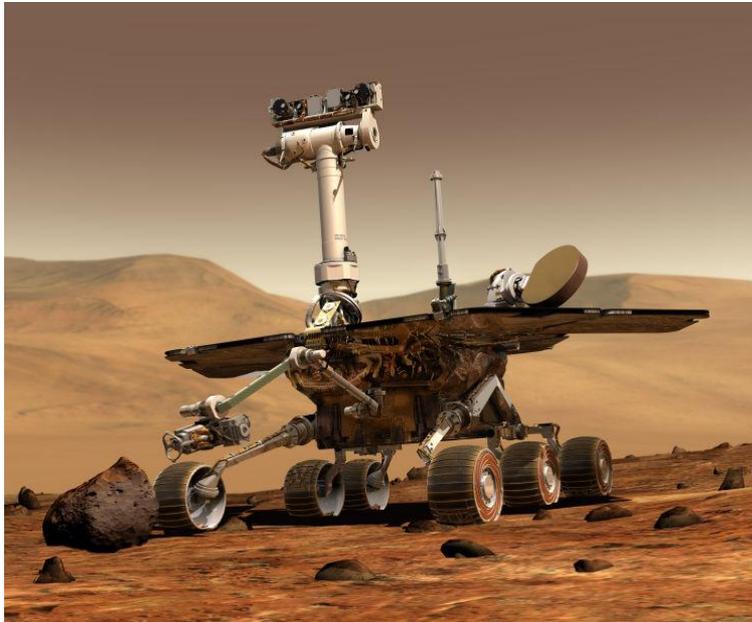
O certo é que não podemos ignorá-la

"Na era do conhecimento, quem não se voltar para a inovação como força motriz do desenvolvimento, termina prisioneiro de um novo pacto colonial em que a tecnologia é desenvolvida em determinados pólos que os demais (países) aplicam"

Luis Fernandes, Presidente da Finep

Reproduzido de uma apresentação de Robert Binder (Fundo Criatec) de 04/08/09, intitulada "O caminho da pesquisa para o mercado"

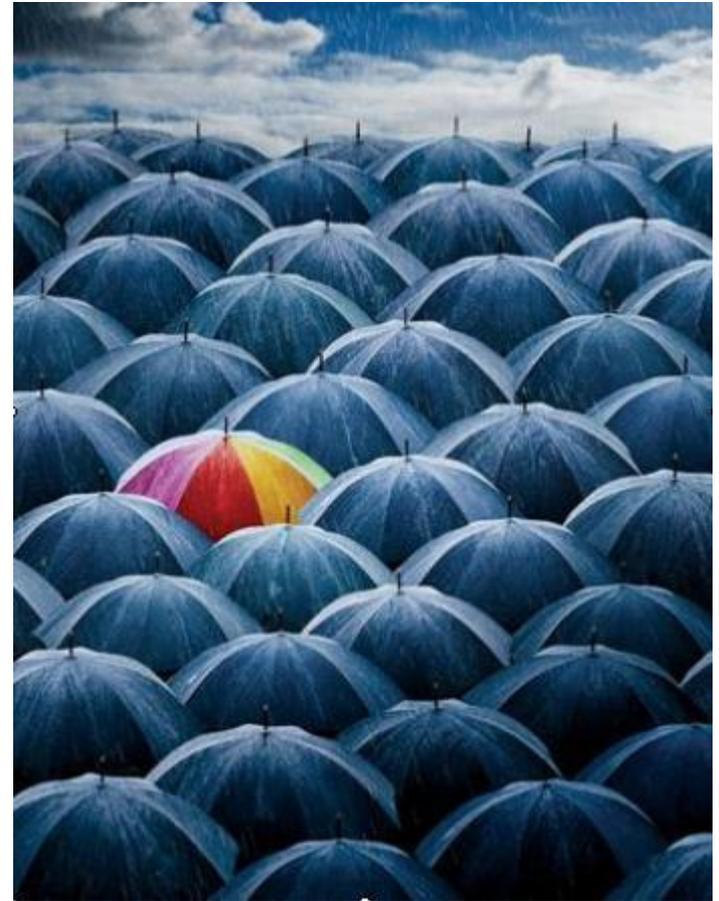
Inovação tecnológica



Desenvolvimento e introdução no mercado de produtos e processos tecnologicamente novos ou com substanciais melhorias tecnológicas.

Inovação não tecnológica

- Inovação de **mercado**
 - Produto novo ou já existente p/ novo mercado nacional ou internacional
- Inovação de **serviço**
 - Logística
 - Atendimento e Pós-venda
- Inovação em **design**
 - Novo design para produto já existente
- Inovação **organizacional**
 - Melhorar as condições de trabalho
 - Reduzir custos
 - Aumentar a capacidade
 - Qualificar pessoal



Incremental ou radical?

- **Inovação incremental:**
melhoria de algo já existente
ou reconfiguração de uma
tecnologia já existente para
outros propósitos

100 anos de
história e de
inovações
incrementais



OS CHINELOS FORAM SÓ O COMEÇO

Com o lançamento de uma linha de tênis e sapatos fechados, a Havaianas caminha para se consolidar como grife internacional — pelo menos é esse o objetivo

Mundo todo, a Aipargatas lança-se a uma nova empreitada: repetir o sucesso comercial do chinelo de dedo com os tênis Havaianas. O resultado, como se vê na página ao lado, é interessante. Bem coloridos, os tênis mantêm na sola e na palmilha a mesma borracha dos chinelos. No mês passado, a empresa enviou à Europa (e só para lá, por enquanto) os pares de estreia da sua linha de calçados fechados que inclui os tênis, batizada de Soul Collection. Além dos modelos de cano baixo e alto, há uma sapatilha e o bom e velho (e de gosto duvidoso) sapato de lona — na nova versão, com borracha no lugar da palmilha de corda. A iniciativa tem um viés sazonal. “Os tênis visam aos europeus, que, por motivos climáticos, só podem usar as sandálias durante quatro meses no ano”, diz Carla Schmitzberger, diretora de negócios da unidade de sandálias da marca. Os

no de US\$ a 155 reais). Os novos tênis e sapatos Havaianas estarão disponíveis no Brasil a partir de maio, com preços entre 50 e 75 reais. Eles serão vendidos na loja-conceito da marca em São Paulo até o fim do ano, quando a distribuição se estenderá às 82 franquias do país. No ano que vem, devem chegar aos Estados Unidos.

Com o lançamento dos sapatos fechados no exterior, a Havaianas caminha para se consolidar como grife internacional. Sua lista de produtos inclui, além dos chinelos de borracha, bolsas de lona, toalhas de algodão e meias. Essas últimas foram feitas para países gelidos, como Ucrânia e Canadá. Todos os itens da marca Havaianas são produzidos no Brasil. As sandálias são fabricadas em Campina Grande, na Paraíba, e respondem por 80% do mercado de chinelos de borracha no país. Elas representam ainda metade do faturamento

EM PÉS FAMOSOS

A atriz americana Megan Fox: essa, sim, é de soltar as tiras

TIRAS DE HISTÓRIA

Inspiradas nas zori, as sandálias japonesas de tiras de tecido e solado de palha de arroz, as Havaianas foram lançadas no Brasil em 1962. Quase meio século depois, estão presentes em oitenta países. Atualmente, há mais de 500 combinações de estampas

TRADICIONAL

Ano: 1962

Com o solado interno branco e tiras da mesma cor da sola (pretas, azuis, vermelhas ou amarelas), o chinelo de dedo conquistou rapidamente os consumidores das classes sociais mais baixas por causa do preço e da forma como era exposto — amontoado em caixas de papelão nas seções de produtos de limpeza das lojas. Na década de 70, a marca enfrentou as imitações com slogans como “As legítimas” e “Não deformam, não soltam as tiras e não têm cheiro”. A primeira forma do chinelo resistiu ao tempo e ainda representa 30% das vendas da marca

Vendas de chinelos: 100 000 pares/ano





CHINELO COM MEIA

Na Ucrânia e no Canadá a combinação é usada no inverno: a meia tem uma fenda única para o encaixe dos dedos

BOLSAS

Feltos de lona, os modelos lembram o design de certa marca italiana

MODELO ALPARGATAS

O sapato que foi moda nos anos 80 ressurgiu com sola de borracha no lugar da palmilha de corda

TÊNIS DE CANO ALTO

Há seis opções de cor: eles estarão à venda na loja-conceito da marca, em São Paulo, a partir de maio

FOTOS: INOVAÇÃO

de 2,4 bilhões de reais do grupo, que conta também com as marcas Topper, Mizuno, Rainha, Dupé e Timberland. Em 1999, quando as exportações em massa tiveram início, apenas 1,3% das sandálias seguia para outros países. No ano passado, 13% dos 190 milhões de pares que deixaram a fábrica tiveram como destino o mercado externo. Os chinélos de borracha estão presentes em oitenta países — os principais compradores são Austrália, Filipinas, Argentina, Estados Unidos, França, Itália e Espanha.

Há nove anos a Alpargatas começou a arquitetar sua estratégia para vender as sandálias no mercado internacional. Depois de enfrentar uma crise no fim da década de 80, a empresa decidiu ampliar a linha, que por 32 anos se ancorou em

um único modelo, aquele da palmilha branca com solado e tiras da mesma cor (quem viveu aquele período provavelmente lembra que era comum os surfistas invertirem o solado para ter o chinelo de uma cor só). A Alpargatas também aumentou o número de pontos de venda e partiu para um marketing agressivo — era preciso mostrar ao mundo o produto de um país reconhecido por sua moda praia, mas com poucas referências em qualidade e inovação. Em 2003, cada um dos indicados ao Oscar recebeu um par de chinélos com cristais Swarovski. Um ano antes, a marca conseguiu incluir seus chinélos no desfile da coleção verão do estilista Jean Paul Gaultier. Desde 2007, a Alpargatas tem escritórios em Nova York e Madri, que concentram as operações e a distribuição dos produtos

pelos continentes. “A partir dos anos 90, a Havaianas deixou o ciclo vicioso que privilegiava alto volume, baixo custo e pouco investimento. Desde então, ela não para de se reinventar”, diz Carla Schmitzberger. Reinventar significa, no jargão empresarial, criar artifícios para manter uma marca vigorosa. Até aqui, ela tem conseguido.

As Havaianas são um dos raros casos de produto nacional que ostenta a sua própria marca no exterior — não vendem apenas a matéria-prima ou o artigo que receberá a etiqueta de outra marca. Além disso, conseguiram fazer do “Made in Brazil” um sinônimo de qualidade. No caso das sandálias, associase o produto ao clima tropical e ao estereótipo dos brasileiros sempre divertidos e descontraídos. “Qualquer país poderia fazer um chinelo de borracha parecido, mas a marca conseguiu ser reconhecida como original”, diz Alberto Serrentino, sócio da GS&MD — Gouvêa de Souza, uma das maiores empresas de consultoria em varejo e consumo do país. Nos últimos anos, nos Estados Unidos e na Europa, as sandálias ultrapassaram os limites da areia. Duas reportagens do *The New York Times* questionaram a conveniência de usá-las em ambientes de trabalho, hábito adotado por muitos americanos no verão. O melhor marketing é quando elas aparecem em pés famosos, como os das atrizes Lindsay Lohan e Megan Fox. Vieram, como era de esperar, as edições limitadíssimas. A joalheria H. Stern chegou a criar três pares com penas de ouro e diamantes. O preço: 52.000 reais. ■

TOP
Ano: 1994

Depois de reinarem sozinhas por 32 anos, as Havaianas tradicionais passaram a dividir as gondolas com o modelo monocromático. Malu Mader e Luana Piovani estrelaram comerciais com o lema “Havaianas. Todo mundo usa”. É o início da reversão de seis anos consecutivos de queda nas vendas
Vendas de chinélos: 75,2 milhões pares/ano



COPA
Ano: 1998

Em ano de Copa do Mundo, a Havaianas lançou um chinelo com uma pequena bandeira do Brasil na tira. Com a derrota para a França, o produto saiu de linha, mas logo voltou — agora com o nome Brasil — a pedido dos consumidores. Hoje, o modelo com a bandeirinha é um dos mais vendidos no exterior
Vendas de chinélos: 99,8 milhões pares/ano



SLIM
Ano: 2006

A marca seguiu a moda das rasteirinhas e lançou um modelo bem feminino, com tiras mais finas e delicadas e solado baixo. Ele ganhou estampas metalizadas com listras e desenhos indianos
Vendas de chinélos: 162 milhões pares/ano



FIESC
CIESC
SESI
SEVAT
IEL

Sistema Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina

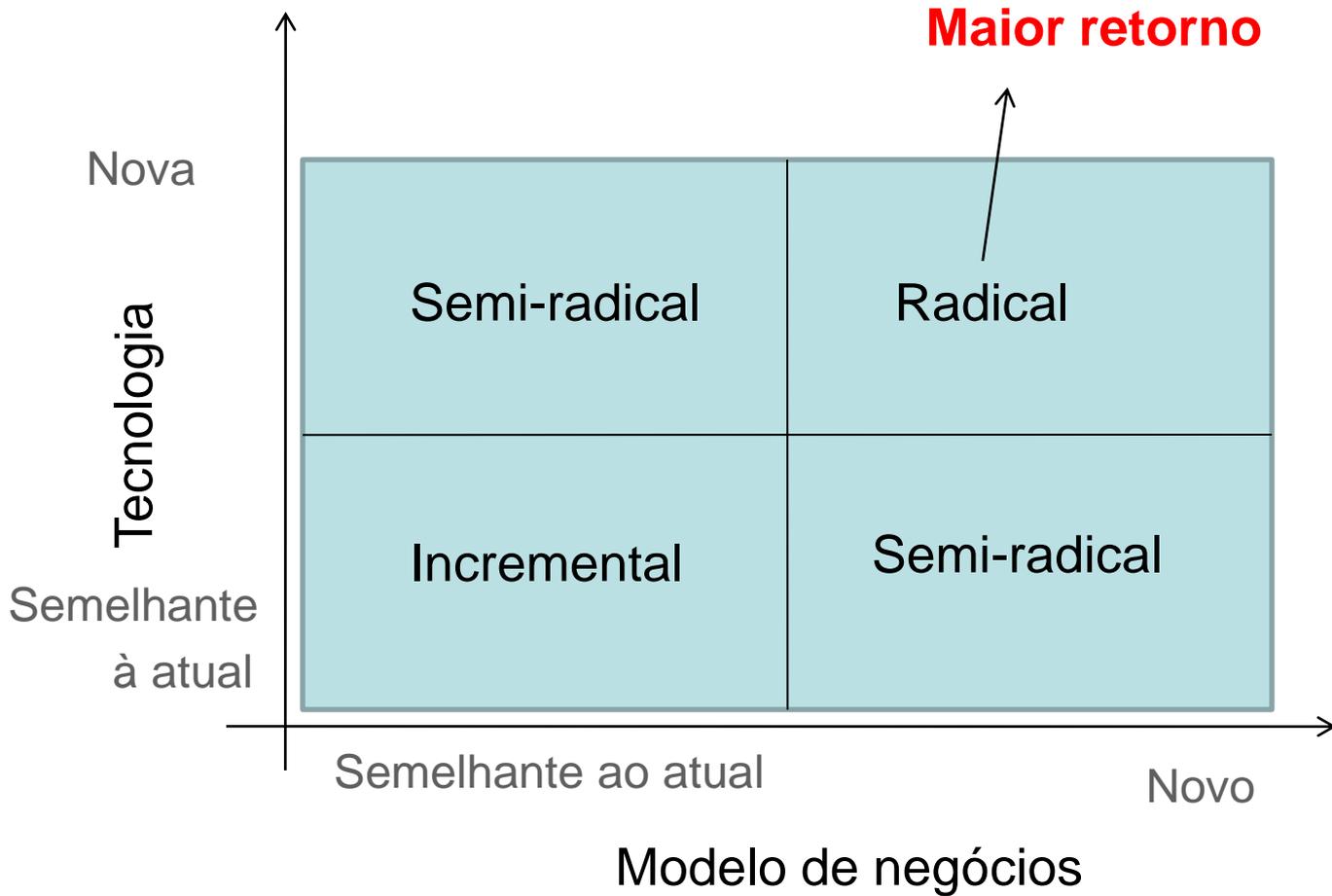
IEL SC

Incremental ou radical?

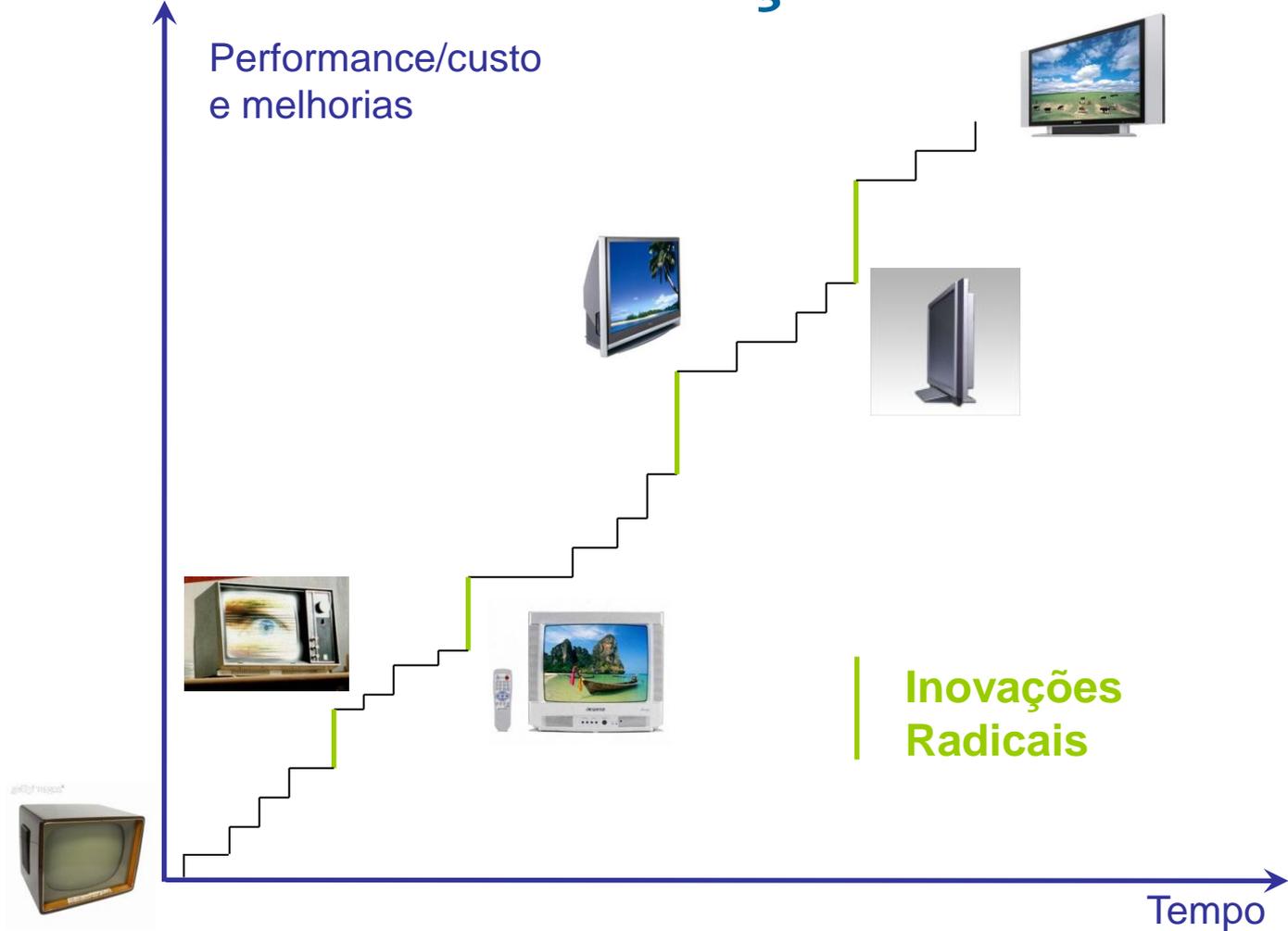


- **Inovação radical:** produto ou processo cujas características, atributos ou uso difira **significativamente**, se comparado aos produtos e processos já existentes.
 - Envolvem tecnologias radicalmente novas ou podem se basear na combinação de tecnologias existentes para novos usos.

Matriz da Inovação

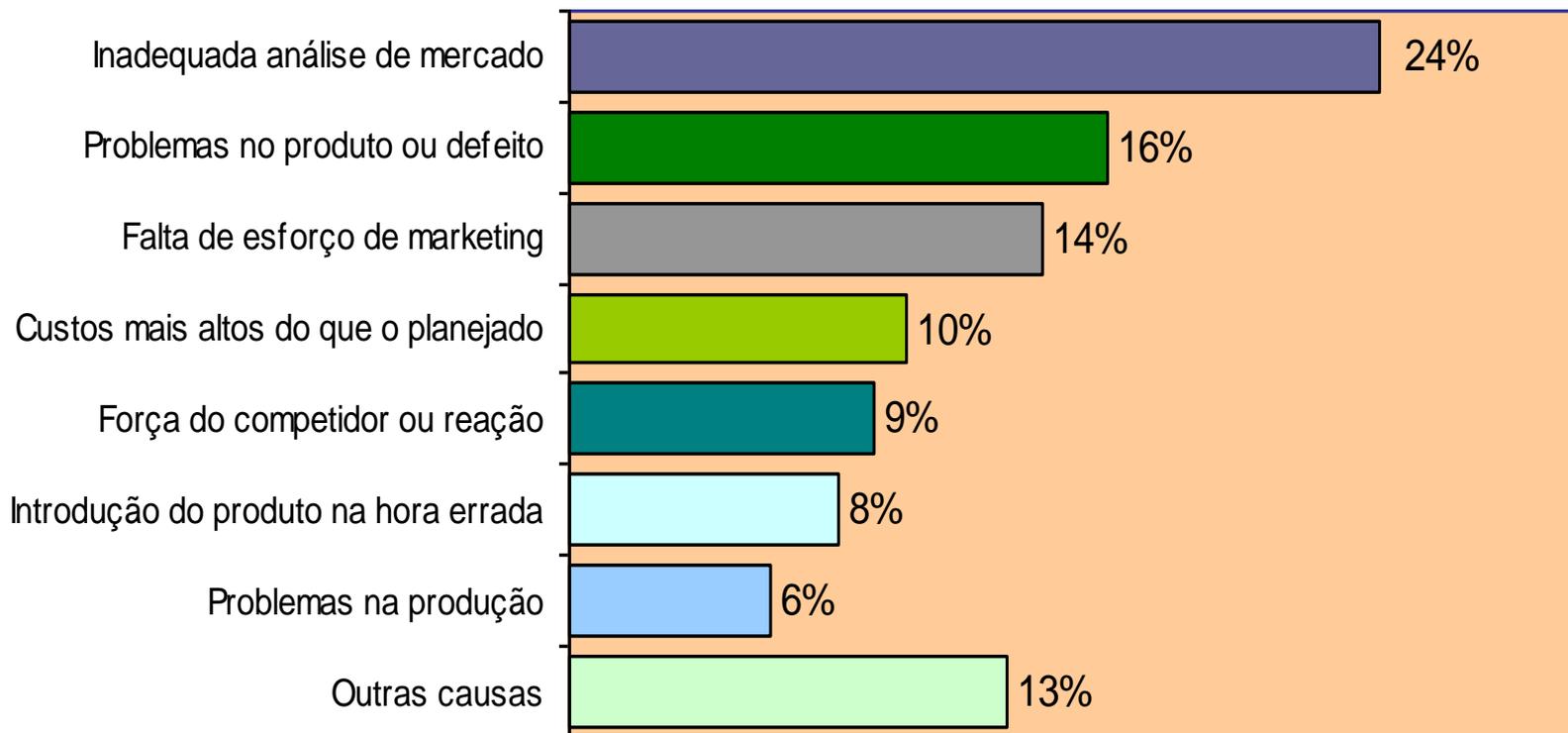


O curso das inovações...



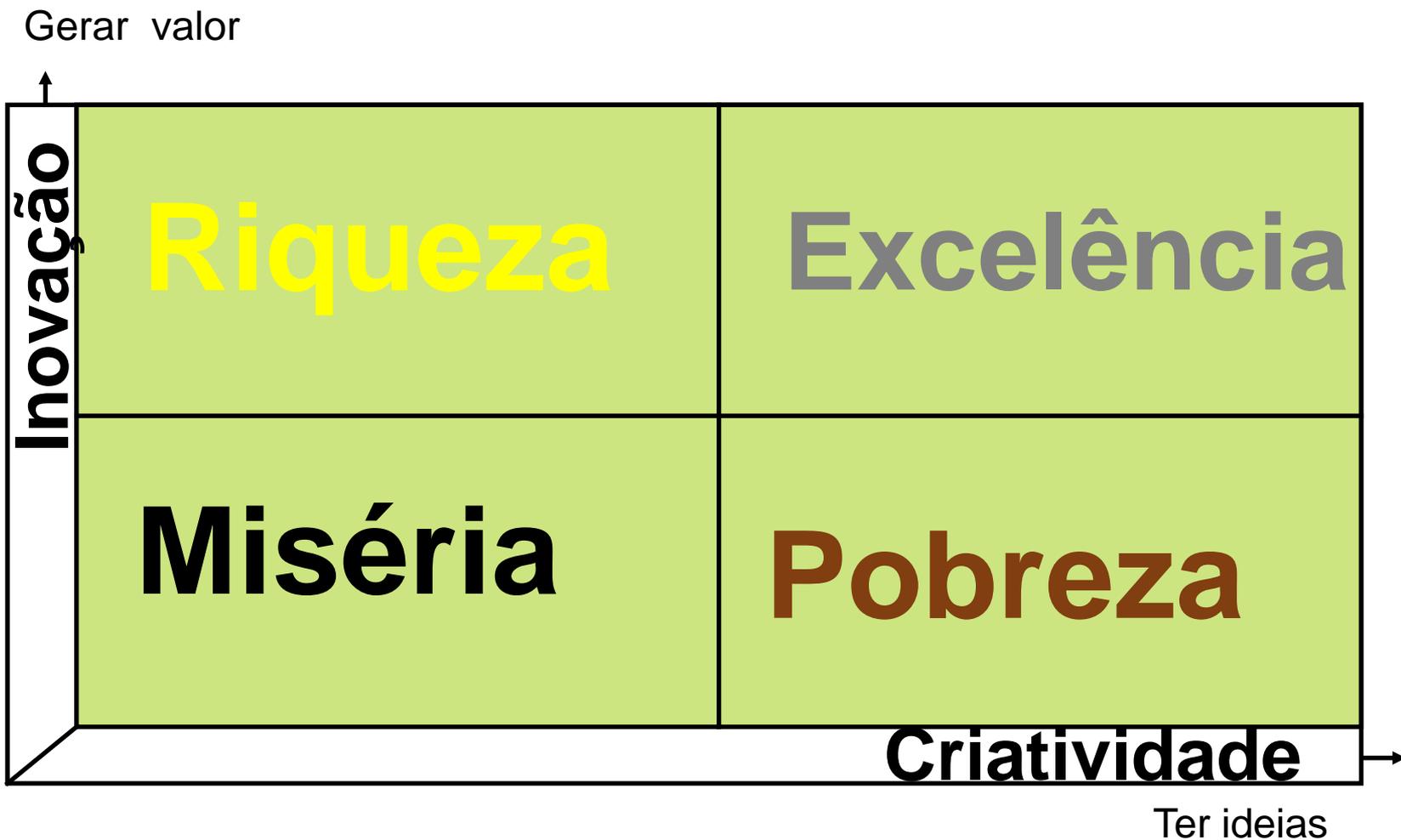
...é normalmente caracterizado por longos períodos de inovações incrementais, pontuado com poucas inovações radicais

Causas do insucesso de novos produtos



Fonte: Robert Cooper (2001)

Criatividade - Inovação



O impacto da inovação na indústria brasileira

	OS DEFASADOS 77% da indústria	OS ATUALIZADOS 21% da indústria	OS INOVADORES 2% da indústria
Exportações por ano (em reais)	não exportam	2,1 milhões	11,4 milhões
Faturamento anual (em reais)	1 milhão	25 milhões	135 milhões
Empregados	34	148	545
Duração do emprego	35 meses	43 meses	54 meses
Salário médio	430 reais	750 reais	1245 reais

Pesquisa realizada com 72 mil empresas

Fonte: Ipea/Pintec

Conclusão:
Empresas inovadoras cobram preços 30% mais altos e têm chance 16% maior de exportar

Ciclo de Vida das Organizações



Porém há um dilema – não se consegue aumentar receitas impingindo **as mesmas velhas coisas aos mesmos velhos clientes, por meio dos mesmos velhos canais da mesma velha maneira.**



Papel do IEL – Facilitar o início

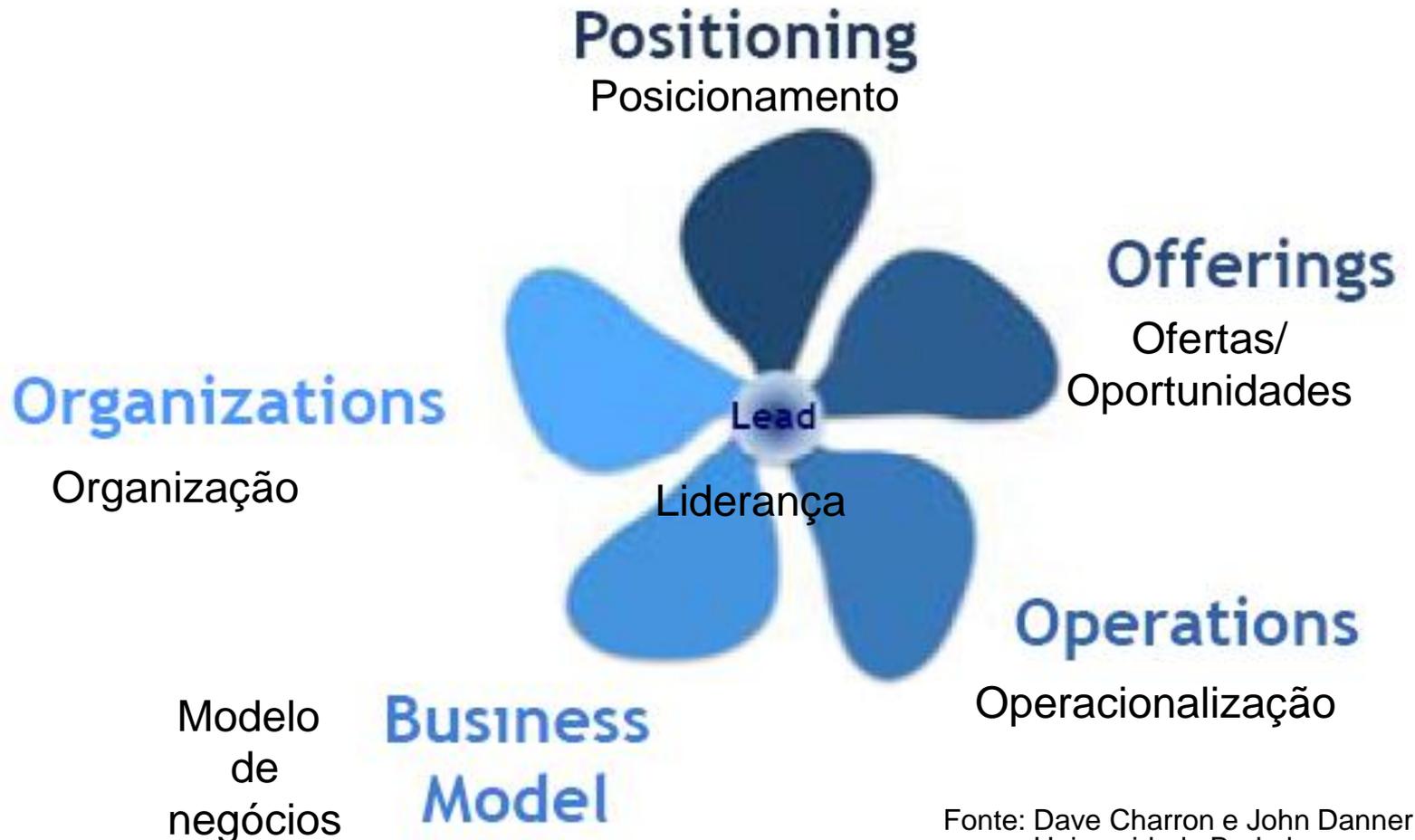


INNOVATION

innovation

Liderança por meio da inovação

- Os propulsores da inovação



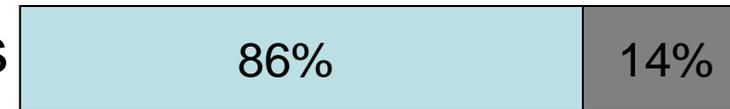
Fonte: Dave Charron e John Danner
Universidade Berkeley

A Estratégia do Oceano Azul



“Não queiram competir com seus **rivals**; façam com que eles sejam **irrelevantes**” (Chan Kim e Renée Mauborgne)

Lançamentos novos negócios



Impacto sobre a receita



Impacto sobre o lucro



Lançamentos incrementais



Lançamentos radicais

Inovação é atitude, uma forma de pensar e construir a realidade ao redor;

Deve estar integrada na filosofia de vida da organização e das pessoas;

Deve-se questionar os modelos mentais;
as barreiras mais difíceis não são as paredes, mas o bloqueio na mente das pessoas

Fora do comum – Diretamente para a lucratividade

Inovação
+
Tecnologia
+
Empreendedorismo

= UM COQUETEL DE ROMPIMENTO!

...em outras palavras: **INOVAÇÃO RADICAL.**

An iceberg floating in the ocean. The tip of the iceberg is visible above the water, while the much larger part of the iceberg is submerged below the surface. The text is overlaid on this image.

Os Negócios de Hoje

**Os
Negócios de
Amanhã!**

**Uma mudança abrupta
na maneira de pensar!**

Um Nanofuturo pela frente?

Este vestido não foi
fabricado
– ele foi impresso!
Em uma impressora com
tinta em 3-D.

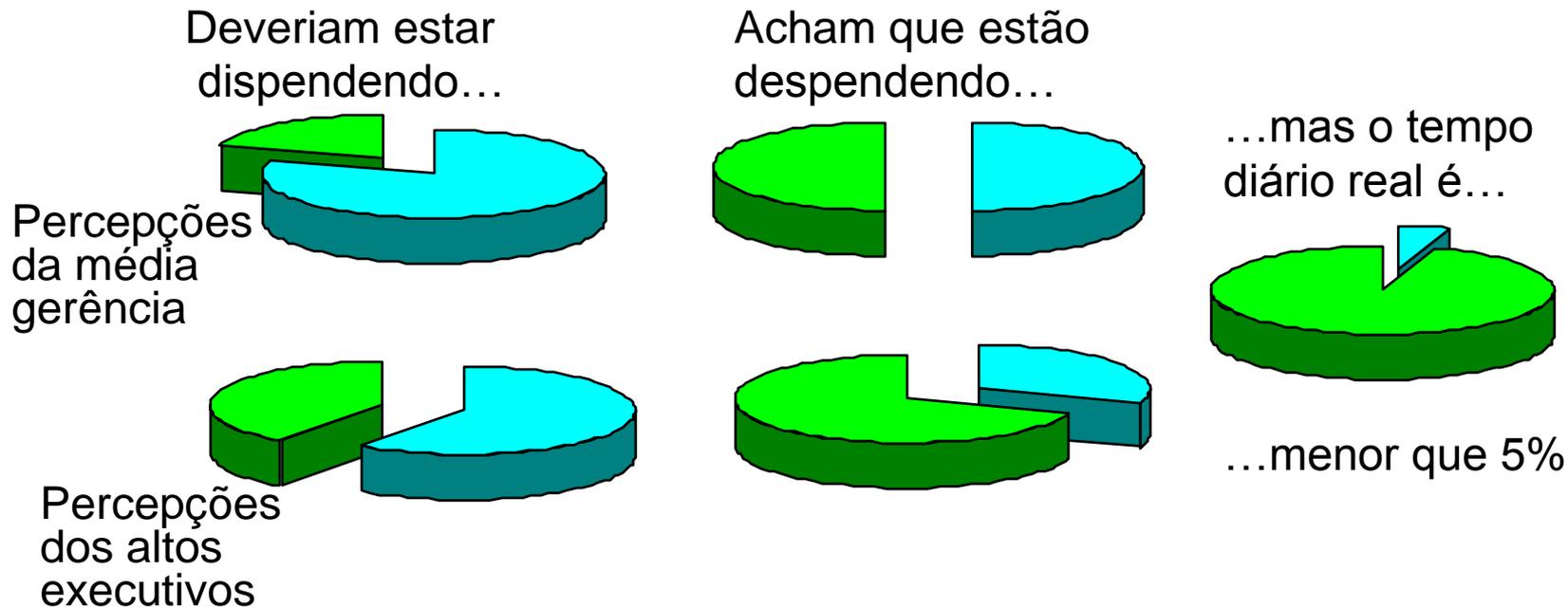
Custo atual = £25.000
Custo em 2015 = £25

Imagine qual
o impacto
no futuro...



Qual o Papel da Equipe Executiva nisto?

- Neste mundo de incerteza...
- Qual é o trabalho da gestão? Criar o futuro ou manejar o presente?



- Clara necessidade de um processo de mudança!

O empreendedor e o alvo



“Seu alvo não é fixo”

Um dos cuidados que o empreendedor deve ter é que o seu alvo não é fixo, alertou o empresário Laércio Cosentino, presidente da Totvs, que falou na Expogestão sobre cultura empreendedora. A companhia, que obteve receita líquida de R\$ 260 milhões no primeiro trimestre, comprou, nos últimos anos, as duas maiores empresas de software de gestão de Joinville, a Datasul e a Logocenter. Cosentino disse que não é empreendedor, está empreendedor. Segundo ele, compreender o mercado, superar-se constantemente e inovar são características necessárias para empreendedores.

A receita dos milionários

- Lição 1 – Crie um produto EXCLUSIVO
- Lição 2 – Inspire-se nos líderes
- Lição 3 – Entregue mais do que eles pedem
- Lição 4 – Seja original
- Lição 5 – Antecipe-se às tendências
- Lição 6 – Seja Radical
- Lição 7 – O regional é o global
- Lição 8 – Descubra o nicho
- Lição 9 – A classe C quer tratamento A
- Lição 10 – Produza em vez de revender
- Lição 11 – Um dia a maré sobre. Prepare-se

Fonte: Revista Veja 19/05/2010

Algumas questões e respostas interessantes

Como aproveitar o momento econômico?

Como deixar de ser assalariado e amealhar US\$ 1 milhão?

Em 1º lugar, não seja + 01; ofereça algo novo e exclusivo.

Cedo ou tarde a maré subirá. Esteja preparado para surfar na bonança.

...Atuar num mercado em rápida expansão..

Escolher bem o segmento

Estudar os principais concorrentes e saber como diferenciar-se (qualidade, preço, atendimento).

Empreender é correr riscos calculados

O verdadeiro empreendedor corre riscos quando sabe que tem grande chance de acertar

Renato Fonseca de Andrade

..além disso, por mais que os ventos soprem a favor, fazer negócios no Brasil, ainda é um tormento.

O empreendimento exigirá dedicação obsessiva, sobretudo nos estágios iniciais.

Barreiras burocráticas e carga tributária são altas no Brasil
Se não tiver muita paixão e determinação, o negócio não vai dar certo.

Edgar Diniz

O pequeno empreendedor precisa viver o seu negócio incessantemente. “Não há dias de descanso...”

O empreendedor trabalha enquanto assiste ao jogo de futebol no domingo à tarde e está conectado com tudo o que acontece ao seu redor. É assim que ele consegue ter novas ideias”.

David Kallás

Organizando a ação inovadora

(a) Elimine preconceitos



Campanha "Faça Diferente"
SEBRAE/2009

Organizando a ação inovadora

(b.1) Tenha por base um plano de inovação consistente.



Plano de inovação não é a mesma coisa que plano de negócios, mas fica muito mais consistente quando se baseia em um.

Reproduzido de uma apresentação de Robert Binder (Fundo Criatec) de 04/08/09, intitulada "O caminho da pesquisa para o mercado"

Organizando a ação inovadora

(b.2) Tenha por base um plano de inovação consistente.



É importante que a organização tenha como referência algum **modelo de gestão da inovação**.

O que você precisa ler antes de abrir seu negócio

15 livros que precisam estar na biblioteca do empreendedor

- 1 – A bola de neve – Warren Buffett e o negócio da vida – Alice Schroeder
- 2 – Como fazer um negócio dar certo num país incerto - Endeavor
- 3 – Economia - Fundamentos e práticas – Carlos E. de Freitas Vian
- 4 – Empreendedorismo – Dando asas ao espírito empreendedor
Idalberto Chiavenato
- 5 - Empreendedorismo – Transformando ideias em negócios
José Carlos A. Dornelas
- 6 - Empreendedorismo corporativo – como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa - José Carlos A. Dornelas
- 7 – Espírito empreendedor nas organizações – Marcos Hashimoto
- 8 – Faça tudo acontecer – David Allen
- 9 – Introdução à economia – Carlos E. de Freitas Vian
- 10 – O estilo Bill Gates de agir – Des Diarlove
- 11 – O monge e o executivo – James Hunter
- 12 – O segredo de Luiza – Fernando Dolabela
- 13 – O sistema financeiro nacional comentado –Antonio A. G. Fernandes
- 14 – Plano de negócios que dão certo – José Carlos A. Dornelas
- 15 – Usina de valor – José Carlos Teixeira Moreira

Sua ideia inovadora virou um problema por falta de investimento?

A FINEP financia.

Se a sua empresa tem um projeto inovador que precisa de investimento, a FINEP pode ajudar. Afinal, o que a gente faz é selecionar e investir em ideias inovadoras de empresas de todos os

FINEP
Agência Brasileira de Inovação



Ministério da
Ciência e Tecnologia



www.finep.gov.br

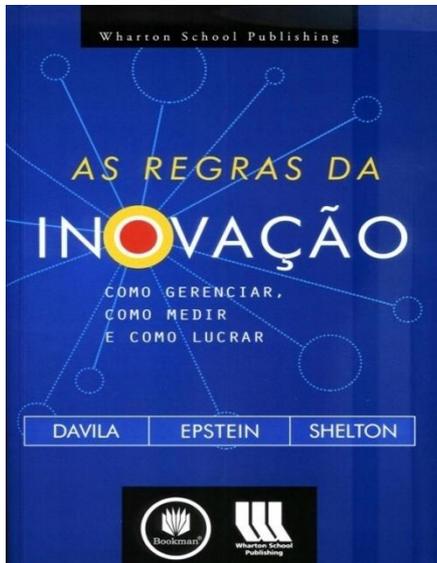
FIESC
CIESC
SESI
SESAI
IEL

Sistema Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina

IEL sc

Fonte: TAM nas nuvens, maio/2010.

Duas estratégias para inovação



- **JPG (Jogando Para Ganhar)** –
O \$ que estamos fazendo vai resultar em vantagem competitiva?
Ideias e produtos capazes de revolucionar o mercado?

X

- **JPNP (Jogando Para Não Perder)** –
Inovações tecnológicas que podem levar a empresa à linha de frente do setor.

**Regrinha básica: Não se pode deixar de jogar....
em, pelo menos, uma delas....
Em qual delas você (sua empresa) está jogando?**



Modo de operação do NUGIN

FASE 0 - SENSIBILIZAÇÃO

FASE 1 - MAPA ESTRATÉGICO DA INOVAÇÃO

FASE 2 - ORGANIZAÇÃO E PLANEJAMENTO

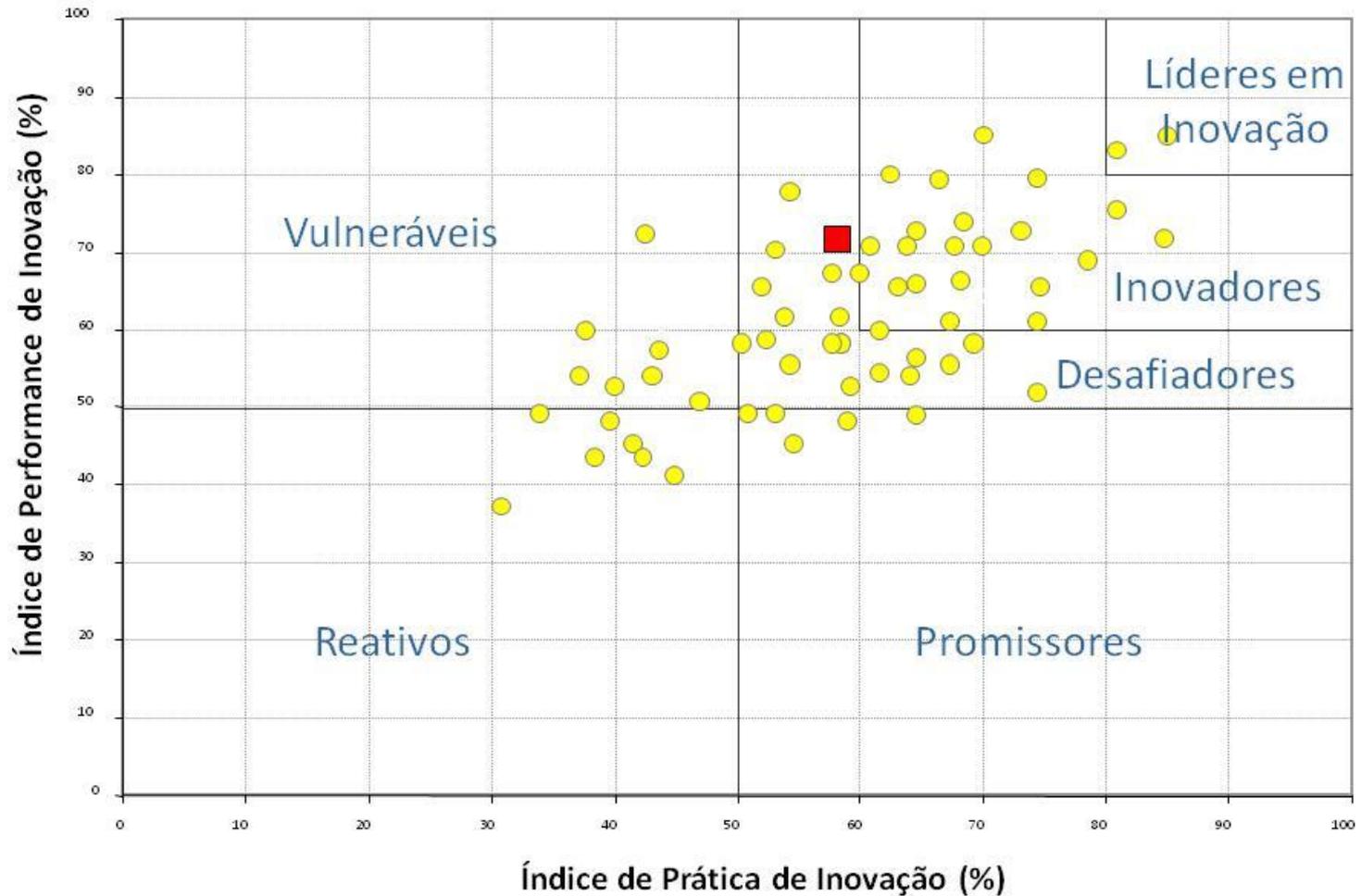
FASE 3 - CAPACITAÇÕES

FASE 4 - IMPLEMENTAÇÃO DE FERRAMENTAS

FASE 5 - DEFINIÇÃO DE INDICADORES

Mapeamento da inovação

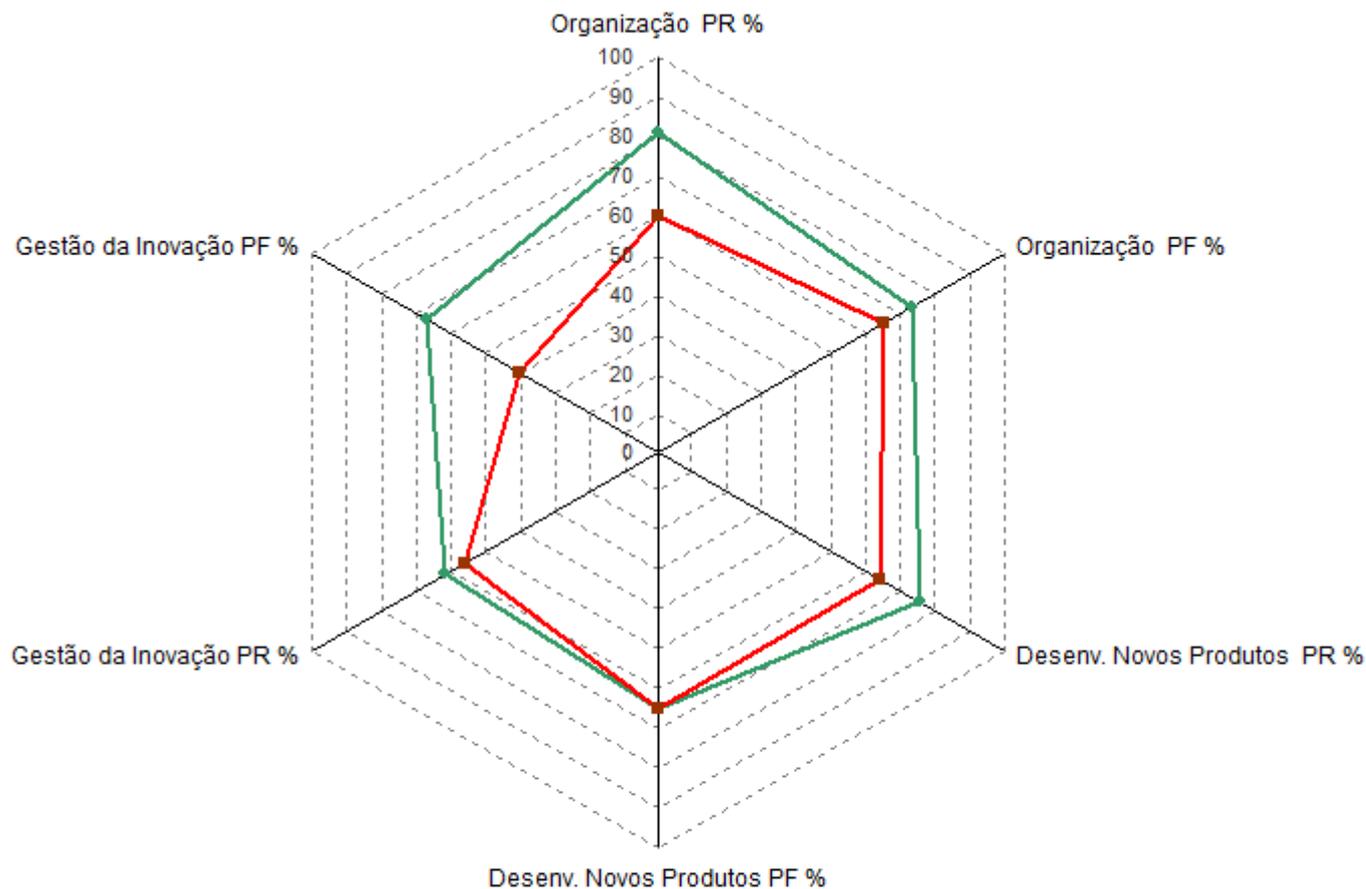
Exemplo de aplicação



● Setor mundial

■ Empresa X

Gráfico Radar - Inovação



— Líderes Mundias do Setor Têxtil

— Empresa X

PR - Prática

PF - Performance

Organização para inovação

Estrutura organizacional

Qualificação de pessoal

Ambiente inovador e Trabalho em equipe

Sistema de coleta de idéias e recompensas

Planejamento Estratégico

Planejamento estratégico corporativo

A inovação inserida no planejamento estratégico

Orçamento definido para inovação

Planejamento da inovação

Monitoramento de informação

Monitoramento de informações sobre o mercado

Monitoramento de informações sobre os concorrentes

Monitoramento de informações sobre novas tecnologias

Sistemática de análise e disseminação de informações para inovação

Acesso a informações de universidades e centros de pesquisa

Desenvolvimento de produtos e processos

Processo sistematizado de desenvolvimento de produtos e processos

Critérios de priorização de idéias e projetos

Metodologia de gerenciamento de projetos

EVTEC sistematizado para os projetos

Utilização de ferramentas de criatividade e busca de soluções

Indicadores

% do faturamento investido em P&D

% do faturamento proveniente de novos produtos

Retorno sobre o investimento dos projetos

Taxa de extrapolação de orçamento

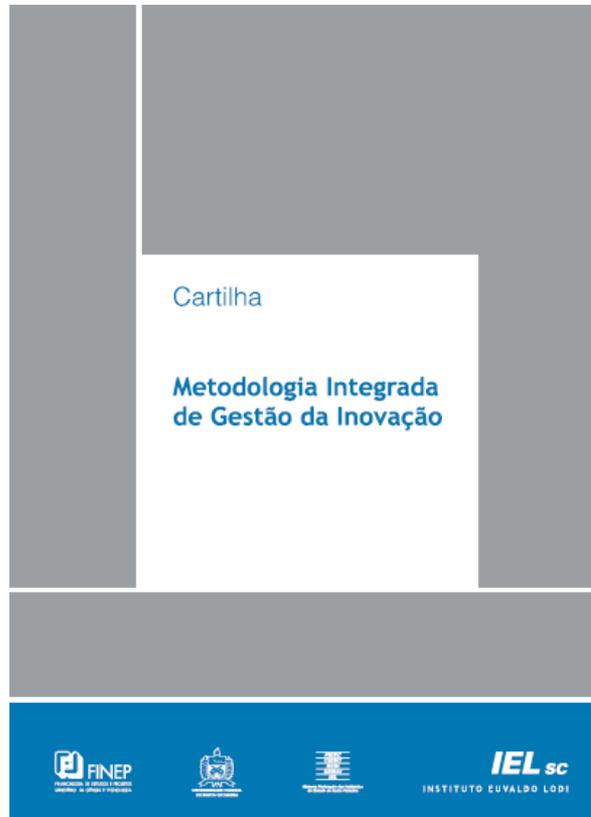
Taxa de extrapolação de cronograma

Satisfação dos clientes para novos produtos

Resultados da implementação do Nugin na empresa

- Diagnóstico da inovação
- Criação de núcleos de inovação e comitês estratégico em todas as empresas
- Inserção da inovação na gestão estratégica da empresa
- Aumento do percentual de faturamento proveniente de novos produtos
- Mudança de cultura
- Interação entre áreas, principalmente Marketing e P&D
- Priorização de idéias e projetos inovadores
- Criação de interlocução para inovação dentro das empresas
- Busca de parcerias com centros de pesquisa

Metodologia publicada



E o Futuro...

Estamos no pico de uma
nova era!

Quem compreender
estas lições
dominará a futura
selva
competitiva!

VOCÊ a
dominará?

O que será do Seu Futuro?

Lembre-se, você
passará a maior parte
do resto da sua vida
nele...

...e dele você jamais
sairá vivo!

Portanto...

A escolha é sua!

Lições de Inovadores

Gerenciar um negócio é como dirigir um rebanho!

Gerenciar inovação é como dirigir gatos!



VOCÊ (sua empresa) está preparado para dirigir gatos?

Fonte: Anton Musgrave
Universidade Duke

O IEL pode e quer ajudá-los a superar este desafio!

Contate



Natalino Uggioni

natalino@ielsc.org.br

Fone: (48) 3231.4119

www.ielsc.org.br