

AMANHÃ

G E S T Ã O • E C O N O M I A • N E G Ó C I O S

Campeãs da Inovação

**Ranking de AMANHÃ e IXL Center
mostra estratégias que transformam
ideias em resultados**

E MAIS

- SAIBA QUAIS SÃO AS 50 EMPRESAS MAIS INOVADORAS DA REGIÃO SUL
- OS DESTAQUES EM SEIS CATEGORIAS ESPECIAIS – E A ESTREIA DAS COOPERATIVAS
- QUEM SÃO AS LÍDERES EM 25 SETORES DA ECONOMIA DO PR, DE SC E DO RS

ESPECIAL
AMANHÃ 35 ANOS

GREENOVATE!
Sua empresa sabe
inovar alinhada com
o conceito ESG?



EXCELÊNCIA E INOVAÇÃO ANDAM LADO A LADO.

Taurus, mais uma vez entre as 25 empresas mais inovadoras do sul do país.



O compromisso com a excelência impulsiona a **Taurus** a investir cada vez mais na sua evolução. Neste ano, a empresa foi escolhida novamente para estar entre as Campeãs da Inovação, resultado que é fruto de grandes esforços:

Tecnologia

O Centro Integrado de Tecnologia e Engenharia Brasil e Estados Unidos (CITE) da **Taurus** conta hoje com mais de 200 engenheiros nas áreas de produtos, processos e qualidade.

Inovação em produtos e processos

Em 2021, a empresa renovou o parque fabril com a aquisição de equipamentos de última geração. Os investimentos totais em inovação foram de R\$ 175 milhões. Para 2022, os planos são investir R\$ 250 milhões, seguindo com a modernização e ampliação.

ESG

O conceito de sustentabilidade permeia todas as operações da **Taurus**. Em 2021, a empresa iniciou uma consultoria com a Ernst & Young para ampliar ainda mais o seu projeto de ESG (ambiental, social e governança corporativa).

"O Prêmio Campeãs da Inovação, é um importante reconhecimento do trabalho realizado na Taurus. Focamos muito em inovação e tecnologia, pois na minha concepção não existe lançamentos de produtos, sem agregar novas tecnologias."

Salesio Nuhs
CEO Global da Taurus.



Instagram Facebook YouTube LinkedIn taurusarmasofficial
taurusarmas.com.br

**VEJA
MAIS**



Presidente:

Jorge Polydoro – polydoro@amanha.com.br

Diretor de redação:

Eugênio Esber – eugenioesber@amanha.com.br

Vice-presidente de relações institucionais:

Nilo Teixeira – nilo@amanha.com.br

Secretária da Direção:

Grazielle Graff – diretoria@amanha.com.br

Secretário de redação:

Marcos Graciani – graciani@amanha.com.br

Editora multimídia:

Katherine Cifali – katherine@amanha.com.br

Editora contribuinte:

Marisa Valério – marisa@amanha.com.br

Repórter multimídia:

Eduarda Pereira – e.oliveira@amanha.com.br

Diretor de produção:

Wagner Lettnin – wagner@amanha.com.br

Projeto gráfico:

Juliano Guedes e Wagner Lettnin

ADMINISTRAÇÃO:

Diretor financeiro:

Michel Diniz – michel@amanha.com.br

Faturamento:

Marcelo Cwik – marcelo@amanha.com.br

PUBLICIDADE E MARKETING:

Apoio ao marketing:

Bruna Córdova dos Santos – bruna@amanha.com.br

Karla Ghizi – karla@amanha.com.br

Relacionamento comercial:

Luciane Wellausen – lucianew@amanha.com.br

Greice Giovannoni – greice@amanha.com.br

PROJETOS ESPECIAIS:

TransMaker

PRODUÇÃO EXECUTIVA:

Via Comunicação

Porto Alegre/RS:

Fone (51) 3230.3537 Fax (51) 3230.3500

comercial@amanha.com.br

EDITORIAL

Somos AMANHÃ

Uma empresa completar 35, 50, 100 anos ou mais é um evidente sinal de solidez e perpetuidade. Certo? Nem sempre! É inegável que a longevidade ainda é um indicador de sucesso. Mas cuidado! Num cenário de grandes transformações, ter chegado longe não assegura mais um futuro promissor. O mesmo vale para o admirável mundo novo das *startups* que acenam com soluções inovadoras para problemas que nos desafiam. Também elas são logo colocadas à prova ao passarem pelo escrutínio do mercado e pela acirrada competição por investidores. Mas podem acelerar e alcançar rapidamente a fama e a fortuna.

A Gerdau, que acaba de completar 120 anos, foi a primeira colocada na 18ª edição do prêmio Campeãs da Inovação através da Siderúrgica Riograndense. Como assim? Uma empresa fundada em 1901 está na liderança de um *ranking* de inovação em 2022? Sim! E foi Elder Rapachi, diretor de novos negócios da Gerdau Next, empresa criada pelo Grupo para atuar fora do aço, que representou a companhia no painel realizado no evento de premiação “Greenovate: A Inovação do conceito ESG”, que tratou da inevitável convergência entre a inovação e a sustentabilidade.

Já nós não somos uma *startup*, e muito menos uma Gerdau. Somos AMANHÃ, que há 35 anos assumiu a missão de conectar os ambientes corporativos e instituições que atuam no Paraná, em Santa Catarina e no Rio Grande do Sul, com o propósito de conectar, dar visibilidade, promover e gerar valor para empresas e lideranças da segunda mais importante região econômica do país. É o que fazemos diariamente no Portal e News AMANHÃ, e por meio de projetos especiais, como 500 MAIORES DO SUL, Campeãs da Inovação, Top of Mind – Marcas do Rio Grande, Top of Mind – Marcas do Paraná, Força do Sul e AMANHÃ Sustentável.

Embora apresentem saudáveis diferenças, os estados do Sul têm muito em comum, além de temperaturas mais baixas. É inegável a vocação para o associativismo e cooperação, valorização de suas regiões e interesses convergentes. São fortes no agronegócio, indústria automotiva, metalmeccânica, couro e calçados, móveis, alimentos e bebidas, e uma importante pauta de exportações. Além disso, os três estados e suas principais cidades estão na vanguarda da nova economia e aparecem com destaque em todos os *rankings* nacionais de empreendedorismo e inovação.

Temos muito orgulho de ser a grande plataforma de conexão e comunicação do Sul!

Somos AMANHÃ!

Jorge Polydoro

Publisher do Grupo AMANHÃ

Números atrasados (edições recolhidas mediante disponibilidade de estoque): ao preço da última edição em banca, mais custo de postagem, por intermédio da revista AMANHÃ. Fone (51) 3230.3500
O pagamento pode ser feito em cheque nominal ou pelos cartões Visa, Mastercard, Diners e American Express.
Fundada em junho de 1986, a revista AMANHÃ é uma publicação da Via Comunicação.
AMANHÃ circula através de assinaturas e mailing vip entre dirigentes de empresas privadas e públicas, executivos, profissionais liberais, professores universitários, líderes políticos nacionais e dos principais estados brasileiros e nos países do Mercosul.
A edição 340 circula no mês de junho de 2022.

Capa

Campeãs da Inovação

AMANHÃ

▼ Disciplina e foco no caixa

A 18ª edição de Campeãs da Inovação revela que as empresas não conseguiram capturar valor dos investimentos que fizeram em inovação. Mas alinhar estratégias e expectativas pode ser um bom começo para obter resultados melhores

Pág.10

Gestão



▼ Sua empresa já pratica Greenovation?

Hitenda Patel, autor de Greenovate!, alerta: negócios que não sabem unir inovação e sustentabilidade podem estar fadados ao fracasso

Pág. 64

Especial

AMANHÃ

35 ANOS

▼ Há mais de três décadas gerando valor

Principal revista de negócios editada fora de São Paulo, AMANHÃ se tornou uma publicação multiplataforma que coloca em evidência as empresas do Sul e seus protagonistas. Confira os diferentes capítulos desta transformação

Pág. 72

A campeã



A Gerdau aponta o caminho

A mais nova líder do ranking de AMANHÃ e IXL-Center colhe os resultados de uma arrojada arquitetura de inovação que concilia startups e uma nova cultura de gestão. **Pág. 16**

Ensino & Pesquisa

Da sala de aula ao CNPJ

PUCRS: um criadouro de novos empreendedores **Pág. 48**

Estatais e filantrópicas

Na ponta dos dedos

Banrisul quer estar à frente das soluções digitais **Pág. 50**

MPEs

Prontos para atacar

Inovar, na Sirros, é resolver um problema concreto **Pág. 52**

Cooperativas de Produção

Cooperação de resultados

O impulso inovador dado pelos funcionários da Lar **Pág. 54**

Entidades Empresariais

Uma ideia para vender

Sindilojas Porto Alegre quer mudar a cabeça do varejista **Pág. 56**

Startups

Gaps que ensinam

A catarinense Razonet não tem medo de errar **Pág. 58**

AS CAMPEÃS POR SETOR

Alimentos e bebidas

A BRF busca na ciência soluções para o mercado

Automotivo

A caçamba de investimentos da Randon

Comércio, atacado e varejo

Lojas Renner: ideias que encantam

Construção civil

O mar azul de oportunidades da Rôgga

Couro e calçados

A Bibi calça crianças e inspira adultos

Eletroeletrônicos

Intelbras à espera do 5G

Eletromecânico

Whirlpool: muito além dos produtos

Ferramentas motorizadas

Stihl vende tecnologia para o mundo

Financeiro

O Sicredi tem sua capilaridade como aliada

Higiene e limpeza

Liderança: lá todo problema tem solução

Informática e automação

A Dell está preparada para o futuro

Máquinas agrícolas

O agricultor está no topo da AGCO

Máquinas e equipamentos

A Librelato foca nos atributos

Materiais elétricos

O caminho iluminado da Intral

Material de construção

A Tigre opera em capacidade máxima

Metais sanitários

Meber: o futuro pertence ao metal

Metalurgia

A estratégia certa da Taurus

Móveis para escritório

Cavaletti quer ser forte lá fora também

Papel e celulose

Irani trilha o caminho da inovação aberta

Plástico e borracha

Termolar quer tornar o lar mais doce

Prestação de serviços

Epavi: fazendo diferente – e melhor

Química

A tecnologia certificada da Prati-Donaduzzi

Refeições coletivas

Apetit alimenta a inovação

Saúde

HMV mira a medicina do futuro

Tecnologia

BRSupply: uma propulsora de novas ideias

Transporte e logística

A Cooper carga vê valor na inovação

EVENTOS
Aqui você encontra todos os eventos produzidos por AMANHÃ

Digítando palavras-chave, é possível encontrar conteúdos relevantes sobre diversos temas de economia e gestão do Brasil e da região Sul

Ao clicar em uma das imagens da barra ao lado, você também poderá conferir todos os eventos que destacam a elite corporativa da região, entre eles 500 MAIORES DO SUL, Campeãs da Inovação e Top of Mind

Agora o portal tem rolagem infinita, uma opção que facilita a leitura de matérias relacionadas em smartphones ou tablets, por exemplo

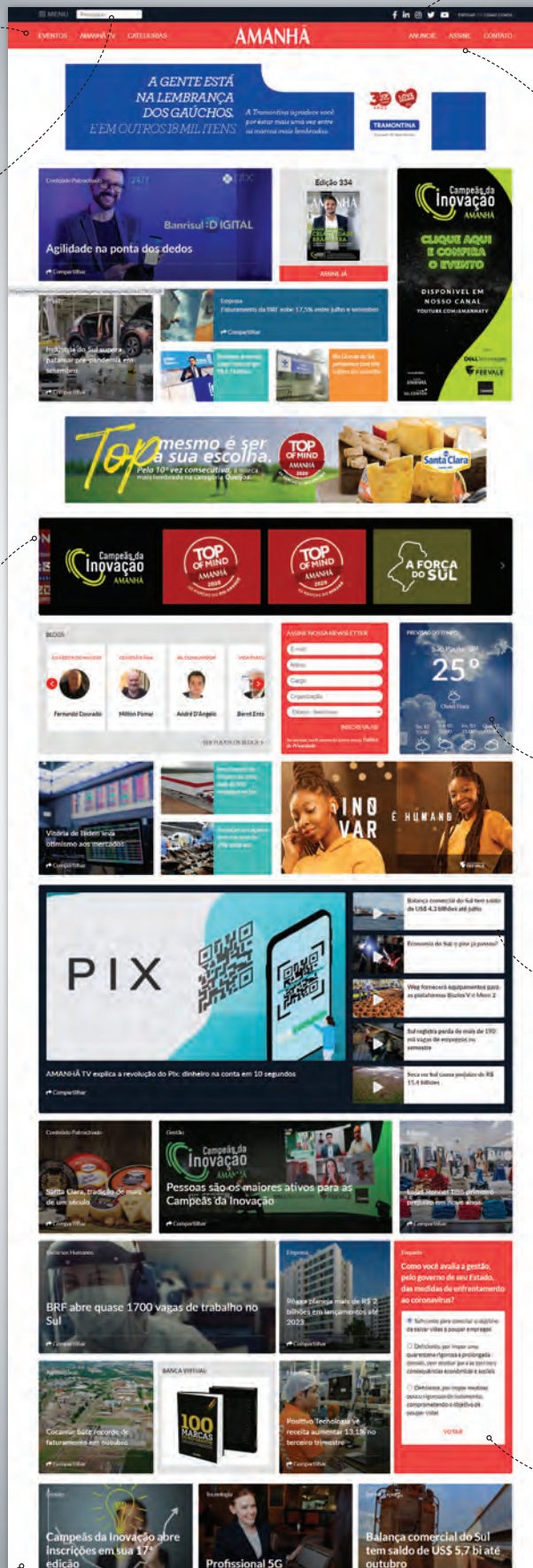
Aqui você encontra o perfil de AMANHÃ em redes sociais como Twitter e Facebook, por exemplo

Assinando AMANHÃ, você pode ter acesso a todo o conteúdo da edição impressa

BLOGS, ASSINATURA DE NEWSLETTER E TEMPO
Agora aqui se encontram os blogueiros, a previsão do tempo em sua cidade e, ainda, um cadastro para assinatura gratuita da newsletter diária de AMANHÃ

AMANHÃ TV
A plataforma de vídeos de AMANHÃ foi renovada e ganhou ainda mais destaque no portal

ENQUETE
Responda às enquetes de AMANHÃ. Sua opinião é muito importante





STIHL

escala

INOVAR PARA MELHORAR A VIDA DAS PESSOAS.

A STIHL está entre as 25 empresas mais inovadoras da Região Sul, no ranking Campeãs da Inovação. Esse reconhecimento nos inspira e nos motiva a continuar desenvolvendo produtos que facilitam a vida das pessoas.



STIHL BRASIL



@STIHL0FICIAL



@STIHLBRASIL



STIHL BRASIL OFICIAL

STIHL.COM.BR



Solução simples

Acredito ser muito positivo para Barra Velha a chegada de construtoras, principalmente com investimentos desse padrão (“Rôga adianta a fase 2 das vendas do Grant Home Club”, Portal AMANHÃ, 4 de fevereiro). Entretanto, a cidade carece do mínimo de infraestrutura, pois sequer tem rede de esgoto. Os prédios já feitos na praia do Tabuleiro fazem tratamento do esgoto e depois lançam o resíduo na beira da praia (é só passar pela areia de manhã bem cedo para constatar). Então Barra Velha está se tornando mais um exemplo de crescimento desordenado, sem planejamento e com sérios danos ao meio ambiente e à população residente. A solução é simples. As grandes incorporadoras têm de fazer o seu papel social e ambiental, financiando obras importantes de infraestrutura, como o correto tratamento do esgoto e a mobilidade urbana.

• **Odair Beltrame**
• **Aposentado**
• **Barra Velha – SC**

Nunca mais

Com esse grande “feito” a cidade de Caxias do Sul acaba de se encurralar com duas praças de pedágio de quase R\$ 10 por sentido (“Integrasul, do Paraná, vence leilão de bloco de rodovias no RS”, Portal AMANHÃ, 13 de abril). Desse modo, nessa região nunca mais veremos anúncios de investimentos.

• **Luis Dutra**
• **Engenheiro civil**
• **Porto Alegre – RS**

Revigorante

É revigorante testemunhar como Curitiba, Florianópolis e Porto Alegre têm auxiliado o empreendedorismo nacional (“As três capitais do Sul estão entre as seis melhores para empreender no Brasil”, Portal AMANHÃ, 11 de abril). Que o exemplo do poder público nesses municípios sirva de inspiração para os gestores de outras cidades Brasil afora. Além da redução da burocracia, do incentivo financeiro e de iniciativas voltadas à gestão dos negócios, também é fundamental oferecer ao empresário todo um arcabouço que impulse a inovação e novas ideias, sinais vitais do empreendedorismo.

• **Juliano Passaia**
• **Autônomo**
• **Campo Grande – MS**



Em dólares

Ao meu ver está na hora de as empresas começarem a divulgar seus investimentos em dólares pra termos uma ideia mais realista do valor (“Taurus investirá R\$ 250 milhões neste ano”, Portal AMANHÃ, 16 de março). A inflação está alta e o real cada vez mais desvalorizado. Vemos o valor de R\$ 250 milhões e sabemos que isso é menos de US\$ 50 milhões. Não é um valor tão expressivo em termos de mercado internacional. Fica a minha sugestão. Pelo menos colocar entre parênteses o valor em dólares já seria algo positivo.

• **Gilberto Simon**
• **Fotojornalista. Secretaria de**
• **Desenvolvimento Econômico e Turismo**
• **– SMDet**
• **Porto Alegre – RS**

RESULTADO DA ENQUETE ANTERIOR

Na sua
opinião,
em 2022 a
economia
brasileira
deve...

56%

... melhorar em razão do controle da
pandemia e normalização das cadeias
produtivas

25%

... ficar estagnada pelo fato de ser um
ano eleitoral

19%

... piorar diante da volta da inflação e do
aumento dos juros

www.amanha.com.br // Visite o site e vote na pesquisa da edição

SOMOS INOVAÇÃO

Foto: Tamborim Filmes

Criar soluções para o
transporte global

É o que nos move.

Inovação acontece a todo momento dentro das nossas fábricas, escritórios, centros logísticos e tecnológicos, refletindo nosso DNA de transformar ideias e sugestões em resultados.

Campeãs de Inovação 2022

1º lugar na categoria especial Resultados

4º lugar entre as 50 empresas mais inovadoras do sul

Juntos, inovando por um futuro melhor.

Empresas

RANDON®

randon.com.br



DISCIPLINA E FOCO NAS CIERAS

Uma das evidências constatadas na 18ª edição do estudo de AMANHÃ e IXL-Center é que as empresas participantes tiveram dificuldade em capturar os resultados da inovação. Alinhar estratégias e expectativas pode ser um bom começo para obter melhor retorno para o caixa

As companhias do Sul que participaram desta edição do estudo publicado por AMANHÃ com o apoio técnico do IXL-Center tiveram dificuldades em capturar os resultados dos seus investimentos em inovação. Na 15ª edição, baseada nos dados de 2017, o índice médio da categoria Resultados, a de maior peso na pesquisa, girava em torno de 67%. Isso significa que, a grosso modo, a cada R\$ 100 aportados em inovação através de produtos novos, R\$ 67 voltavam ao caixa. Na edição atual, o índice despencou para 30%. É bom esclarecer que esse item também mede resultados intangíveis, não necessariamente monetários, que deverão ser recolhidos no futuro — caso, por exemplo, do conhecimento adquirido sobre certos processos.

Pode-se imaginar que tamanha involução seja mais uma das fatalidades decorrentes da pandemia que colapsou diferentes áreas de negócios. Não é o que pensa, porém, um dos *experts* em inovação mais reconhecidos globalmente. “A conjuntura econômica não é uma desculpa para não inovar”, sentencia Hitendra Patel, CEO Global da IXL Center, parceira de AMANHÃ no *ranking* “Campeãs da Inovação” (veja quem são as cinco primeiras colocadas em cada uma das seis dimensões nas páginas a seguir). Em síntese, Patel reconhece o duro impacto exercido pela pandemia, mas deixa claro que a Covid não deve ser apontada como a principal culpada pela inação de muitas empresas.

Qual é, então, a chave para um correto diagnóstico sobre a incapacidade de extrair todos os resultados de um programa de inovação? Patel tem uma resposta a esta questão: tente alinhar estratégias e expectativas.

“Um primeiro ponto”, explica, “é a consistência da estratégia e inicia-

tivas de inovação em um portfólio balanceado para capturar e reportar resultados de inovação com impactos significativos.” Não é algo rápido de se construir. Leva de três a cinco anos, calcula Patel. Fernando Onosaki, sócio-diretor do IXL-Center, acrescenta outro ponto relevante: ter disciplina para estabelecer e seguir um sistema de gestão que garanta um alinhamento dos investimentos e dos esforços de inovação com a estratégia e as expectativas/ambições da liderança. Onosaki explica muitas das empresas participantes da pesquisa dirigiram seu foco da inovação para a parte inicial do processo de inovação, a geração de ideias, mas nem tanto para a implementação das ações. “Isso pode ser muito nocivo para o processo de inovação, especialmente se não for bem comunicado para a corporação, que acaba empenhando tempo e esforço para identificação de dores e oportunidades de melhorias que, no entanto, não viram resultados”, contextualiza. Em resumo, para efetivamente conseguir lucro que seja fruto da inovação, quatro providências são necessárias: entender as ambições e expectativas da alta liderança; ter ferramentas e recursos adequados para atender a demanda; incentivar a comunicação e o engajamento dos funcionários e garantir o suporte e o apoio da alta liderança.

Open Innovation

A 18ª edição da pesquisa “Campeãs da Inovação” constatou um aumento das parcerias entre empresas e, também, um crescente número de companhias que consolidam programas de Inovação Aberta. É uma boa notícia. Sinaliza a valorização crescente de iniciativas de colaboração que aceleram o desenvolvimento de novas soluções. Mais do que isso, aumentam o compartilhamento de risco, reduzindo custos e elevando as chances de sucesso de um projeto inovador. O *Open Innovation* vem ganhando terreno, segundo Hitendra Patel, pela sua facilidade de implementação quando comparado com a opção de desenvolver inovação internamente. “Você não precisa mudar



Divulgação

Sem desculpa

Segundo Patel, mesmo inovações incrementais podem trazer resultados

as pessoas da sua empresa e elas não precisam desfocar do *core business*. É um botão fácil de ligar e fazer com que o processo aconteça”, ilustra Patel. Mas ele próprio reconhece que a realidade é muito mais complexa do que, em teoria, parece, porque as empresas têm diferentes culturas, estilos, prioridades, horizontes de tempo, expectativas e benefícios. “A realidade”, alerta Patel, “é que o *Open Innovation* ainda demanda uma significativa capacitação dos participantes para que se comportem da maneira correta de modo a colaborarem de forma efetiva.”

Na visão do IXL-Center, as empresas brasileiras estão tendo uma

perspectiva de inovação mais globalizada, migrando de uma perspectiva doméstica para uma atuação global. Essa estratégia, já capitaneada por países como Israel e Colômbia, onde o mercado interno é pequeno, está sendo vista no Brasil, um país continental. “Estamos testemunhando esse movimento de integração de áreas de inovação, principalmente de multinacionais, a fim de ganhar escala com os problemas, oportunidades e soluções que surgem”, observa Onosaki, citando o exemplo da JBS. “É um excelente case. A JBS desenvolveu seu portal de inovação para desafios globais que utiliza possíveis soluções também a nível global”, conta.

Desmistificar o conceito de inovação é um dos propósitos do *Global Innovation Management Institute* (Gimi), cuja metodologia é utilizada na pesquisa de AMANHÃ e IXL-Center (veja abaixo o quadro que explica como é gerada a lista das campeãs do Sul). Faz parte desta missão do Gimi deixar claro que a inovação não precisa necessariamente ocorrer apenas em produtos e serviços, mas deve ser aplicada também em diferentes dimensões, como processos, canais de venda e distribuição, clientes, mercados, marcas, tecnologias e, inclusive, modelos de negócios. “Para capturar o valor da inovação”, explica Onosaki, “não basta ter apenas a tecnologia,

COMO SE TORNAR UMA DAS CAMPEÃS DE INOVAÇÃO

Ao criar a pesquisa “Campeãs da Inovação” em 2005, AMANHÃ lançou no ambiente corporativo um instrumento pelo qual cada companhia pode medir seu grau de inovação e se comparar tanto com empresas do mesmo setor como de outros segmentos. A forma de participar é simples. AMANHÃ disponibiliza em seu portal e em suas diferentes plataformas e redes sociais o link do questionário, que é de livre acesso. Companhias que não têm sede no Paraná, em Santa Catarina ou no Rio Grande do Sul, podem se inscrever, desde que o façam através de suas unidades regionais. O mesmo vale para as multinacionais.

A pesquisa Campeãs da Inovação adota o *Innovation Management Index*, ferramenta da metodologia do *Global Innovation Management Institute* (Gimi) aplicada pelo IXL-Center, de Cambridge, região metropolitana de Boston (EUA). O Gimi é uma organização global sem fins lucrativos criada por um time de executivos, acadêmicos e consultores especializados em inovação. O grupo auxilia pessoas, empresas e regiões a desenvolver competências em gestão da ino-

vação de nível mundial através de padrões, métricas, protocolos de teste e certificações globais.

As perguntas, formuladas em inglês, são de preenchimento rápido, dinâmico e intuitivo. Em cerca de 40 questões, os gestores revelam como a companhia trabalhou aspectos como estratégia e recursos voltados à inovação. Em alguns dos questionamentos, é necessário que a empresa descreva com minúcia certos processos internos. A dimensão de maior peso no estudo é aquela que mostra os resultados que a inovação trouxe para os negócios. Os questionários são processados na Central do IXL-Center, nos Estados Unidos, e ao final tem-se a relação das 50 empresas mais inovadoras do Sul, além das vencedoras em seis categorias especiais que contemplam Ensino & Pesquisa, Estatais e Filantrópicas, Micro e Pequenas Empresas, Startups, Entidades Empresariais e Cooperativas de Produção – item que passa a vigorar a partir desta 18ª edição da pesquisa pioneira do gênero no Brasil. O estudo também apresenta as campeãs em 25 segmentos empresariais da região.

mas conectá-la ao mercado através de aplicações que sejam consumidas pelos clientes. Esse é um ponto que o Gimi tem trabalhado”. Alexandre Chang, diretor do IXL-Center, menciona como exemplo cases do setor de varejo e do setor calçadista que vêm aumentando suas capacidades de *omnichannel*. “Também gosto muito do modelo da AB-INBEV com o Zé Delivery ‘uberizando’ o modelo de distribuição de bebidas diretamente ao consumidor final, e também admiro o *case* do Bees, que utiliza um modelo similar para bares e restaurantes”, exemplifica Chang.



Divulgação

Para Onosaki, alinhar expectativas das altas lideranças é fundamental

Resultados*

Mostra a capacidade de transformar ideias e sugestões em resultados concretos, tangíveis e mensuráveis

Empresas Randon

Dell Computadores do Brasil

Usaflex - Ind. & Comércio

Lojas Renner

Digicon

Estratégia

Avalia o alinhamento entre a inovação e sua estratégia de negócios

Dell Computadores do Brasil

Coopercarga

Grupo Gerdau

Calçados Bibi

Havan

Recursos

Identifica recursos voltados para a inovação e suas sinergias

Lojas Renner

Killing Tintas e Adesivos

Usaflex - Ind. & Comércio

Whirlpool

Dell Computadores do Brasil

*Dimensão de maior peso

Processos

Avalia os processos que as empresas adotam desde a geração de ideias até o desenvolvimento de serviços e produtos

Lojas Renner

Whirlpool

Intelbras

Dell Computadores do Brasil

BRF

Organização

Avalia o quanto a estrutura organizacional e as ferramentas de gestão são favoráveis para a inovação

Lojas Renner

Whirlpool

Grupo Gerdau

Irani Papel e Embalagem

Usaflex - Ind. & Comércio

Cultura

Avalia como os gestores praticam e promovem a inovação

Grupo Gerdau

Usaflex - Ind. & Comércio

Dell Computadores do Brasil

Calçados Bibi

Havan

AS 25 EMPRESAS MAIS INOVADORAS DO SUL

Classificação geral do *ranking* elaborado por AMANHÃ e IXL-Center com base na metodologia do Gimi

Pos.	Empresa	Cidade	UF	Setor
1	Grupo Gerdau	Sapucaia do Sul	RS	Siderurgia e mineração
2	Whirlpool	Joinville	SC	Eletromecânico
3	Lojas Renner	Porto Alegre	RS	Comércio, atacado e varejo
4	Empresas Randon	Caxias do Sul	RS	Automotivo
5	Dell Computadores do Brasil	Eldorado do Sul	RS	Informática e automação
6	Intelbras	São José	SC	Eletroeletrônicos
7	Nidec Global Appliance	Joinville	SC	Eletromecânico
8	BRF	Concórdia	SC	Alimentos e bebidas
9	Prati-Donaduzzi	Toledo	PR	Química
10	Grupo Havan	Brusque	SC	Comércio, atacado e varejo
11	Taurus Armas	São Leopoldo	RS	Metalurgia
12	Digicon	Gravataí	RS	Informática e automação
13	Valeo Climatização do Brasil	Caxias do Sul	RS	Eletromecânico
14	Fábrica de Carrocerias Librelato	Içara	SC	Máquinas e equipamentos
15	C. I. H. Carlos Schneider (Ciser)	Joinville	SC	Metalurgia
16	Rôgga Empreendimentos	Joinville	SC	Construção civil
17	Calçados Bibi	Parobé	RS	Couro e calçados
18	Irani Papel e Embalagem	Porto Alegre	RS	Papel e celulose
19	Stihl Ferramentas Motorizadas	São Leopoldo	RS	Ferramentas motorizadas
20	BRS Sup. Corp. (BR Supply)	São Leopoldo	RS	Tecnologia
21	Florestal Alimentos	Lajeado	RS	Alimentos e bebidas
22	Apetit Serviços de Alimentação	Londrina	PR	Refeições coletivas
23	Killing S/A Tintas e Adesivos	Novo Hamburgo	RS	Química
24	Usaflex - Indústria & Comércio	Igrejinha	RS	Couro e calçados
25	Coopercarga	Concórdia	SC	Transporte e logística

AS 25 QUE COMPLETAM A ELITE DA INOVAÇÃO NO PR, EM SC E NO RS

Em ordem alfabética, as companhias situadas entre a 26ª e a 50ª posição

Empresa	Cidade	UF	Setor
AGCO do Brasil Sol. Agrícolas Ltda.	Canoas	RS	Máquinas agrícolas
Aldo Componentes Eletrônicos	Maringá	PR	Eletroeletrônicos
Assoc. Hospitalar Moinhos de Vento	Porto Alegre	RS	Saúde
Calçados Aniger	Campo Bom	RS	Couro e calçados
Cavaletti S/A Cadeiras Profissionais	Erechim	RS	Móveis para escritório
Construtora Tedesco Ltda.	Porto Alegre	RS	Construção civil
Exatron Indústria Eletrônica	Canoas	RS	Eletroeletrônicos
FCC Indústria e Comércio	Campo Bom	RS	Química
Grendene	Farroupilha	RS	Couro e calçados
Grupo Epavi	Porto Alegre	RS	Prestação de serviços
Grupo Soprano	Caxias do Sul	RS	Metalurgia
Intral S/A Ind. Materiais Elétricos	Caxias do Sul	RS	Materiais elétricos
Lactec	Curitiba	PR	Tecnologia
Liderança Limpeza e Conservação	São José	SC	Higiene e limpeza
Plaxmetal Ind. de Cadeiras Corp.	Erechim	RS	Metalurgia
Porto Itapoá	Itapoá	SC	Transporte e logística
Rodoil Distrib. de Combustíveis	Caxias do Sul	RS	Comércio, atacado e varejo
Selbetti Tecnologia	Joinville	SC	Informática e automação
Sicredi	Porto Alegre	RS	Financeiro
SPRO Group	Curitiba	PR	Tecnologia
Termolar	Porto Alegre	RS	Plástico e borracha
Tupy	Joinville	SC	Metalurgia
Unicred Central RS	Porto Alegre	RS	Financeiro
Viação Ouro e Prata	Porto Alegre	RS	Transporte e logística
Way2	Florianópolis	SC	Tecnologia

A GERDAU MOSTRA O CAMINHO



Olho no olho

Uma das buscas recorrentes no Grupo Gerdau são iniciativas de intraempreendedorismo, quando novos negócios são criados dentro de casa

A MAIS NOVA LÍDER DO RANKING DE AMANHÃ E IXL-CENTER COLHE OS RESULTADOS DE UMA ARROJADA ARQUITETURA DE INOVAÇÃO QUE CONCILIA STARTUPS E UMA NOVA CULTURA DE GESTÃO

Marcos Graciani

Em janeiro, a grande vencedora desta edição do *ranking* Campeãs de Inovação lançou uma iniciativa que tem a ambição de oferecer novas soluções para a indústria da construção civil. A novidade, batizada de Gerdau Design, foi concebida com a pretensão de aumentar a produtividade da indústria de construção civil brasileira por meio de tecnologias aplicadas no canteiro de obras e em sistemas construtivos pré-fabricados. Da construção ao pós-obra, a Gerdau Design pensará nas melhores soluções estruturais em cada fase do projeto para incrementar a eficiência da obra, embalando em seu mix um serviço exclusivo de consultoria para os clientes.

Este lançamento é apenas um dos trunfos que guindaram a Gerdau ao primeiro lugar na 18ª edição da pesquisa de AMANHÃ e IXL-Center. Além de promover o aperfeiçoamento dos processos de produção, reduzindo custos, aumentando a eficiência e ganhando competitividade no mercado, a multinacional centenária fundada em Porto Alegre no final do século XIX procura se antecipar às necessidades do mercado, criando e potencializando propostas de valor que garantam a satisfação e fidelização

dos clientes. Nos últimos anos, a organização tem investido cerca de R\$ 1,5 bilhão, ou 2% de sua receita total, em inovação e iniciativas digitais voltadas para diversas frentes do negócio.

“A jornada da digitalização acompanha a evolução da transformação cultural da empresa, que resultou no desenvolvimento de novos comportamentos e de novas formas de trabalhar, sem “silos”, contextualiza Gustavo Werneck, CEO da Gerdau. Ele reporta, ainda, a introdução de um modelo mental de agilidade entre os colaboradores, que passaram a priorizar ferramentas de tecnologia e o uso inteligente de dados. A digitalização de processos e operações – levada a cabo em 2020 – foi uma ferramenta relevante para reforçar a competitividade das operações. A recente migração dos funcionários para o *home office* também teve papel fundamental. Por meio de *workplace* virtual e soluções em nuvem, ressalta Werneck, a Gerdau ganhou mais agilidade e flexibilidade. “Outra iniciativa importante foi a maior utilização dos canais digitais da companhia pelos clientes, como o eGerdau, cotações *online* e colocação de ordens,” orgulha-se Werneck, dando conta da importância da transformação digital pela

qual a gigante do aço teve de passar.

A Inteligência Artificial e uso de dados realmente estão modificando a Gerdau. Nos últimos anos, a opção pelo digital fez, no entender dos gestores, com que a empresa abandonasse a fase “be digital” para migrar para o “go digital.” “Na prática, conectamos pessoas, máquinas e processos, reduzindo distâncias e construindo redes vivas de relacionamento. Trata-se de uma visão de que o digital deixou de ser algo isolado para ser visto como parte do negócio”, explica Gustavo França, líder de digital e TI da Gerdau, empresa que, além de ser a grande campeã da classificação geral, também figura em primeiro lugar no setor Siderurgia e Mineração no *ranking* Campeãs da Inovação.

O SMDO, sistema de monitoramento e diagnóstico online, é um dos emblemas desta mudança. Trata-se de uma plataforma que executa funções referentes a prognósticos e diagnósticos de falhas em equipamentos e processos industriais, além do suporte aos procedimentos de manutenção. O sistema fica em um ambiente centralizado de monitoramento de 700 ativos críticos em todas as unidades do Brasil e também da Argentina, com base em *softwares* preditivos, que contam com



Novas formas de trabalhar

“Digitalização acompanha a transformação cultural da empresa”, destaca Werneck

o suporte de uma equipe de especialistas. Desse modo, é possível identificar antecipadamente falhas, minimizando os custos de manutenção e perdas de produção, com a consequente redução da exposição de funcionários a riscos.

Já o *Meltdown* é um modelo de inteligência artificial para otimizar o consumo de energia nos fornos de aciaria das usinas. Os dados são tratados em um centro de monitoramento inteligente, em Belo Horizonte (MG), que envia aos operadores as informações necessárias para melhorar a eficiência energética dos fornos, reduzindo o consumo de energia, das emissões de CO₂ e os custos da produção de aço. O grupo trabalha com uma solução de inteligência artificial para operação de todos os fornos da operação de negócio da América do Norte, com mais de R\$ 37 milhões em redução do consumo de eletrodos e energia, por exemplo. A companhia tem ainda um

centro de monitoramento e serviços remotos, também localizado na capital mineira, com foco em big data, altos níveis de precisão, acuracidade e melhoria contínua dos processos. O centro de monitoramento, parceria entre Gerdau e Primetals, é composto por equipe multidisciplinar – como metalúrgicos, engenheiros de automação e cientistas de dados. O local é usado para treinamento, assistência remota aos usuários e como um *hub* para investigar áreas potenciais para melhorias nos processos.

Novos negócios

A Gerdau valoriza cada vez iniciativas de intraempreendedorismo – quando novos negócios são criados dentro de casa. A Gerdau Next exemplifica bem esta postura. Sob seu guarda-chuva, surgiu em 2018 a G2L, uma operadora logística, que atua por meio de uma plataforma digital na qual é possível contratar fretes mais

competitivos tanto para a própria empresa quanto para clientes e parceiros. A origem da novidade foi um grupo de funcionários que, na melhor postura intraempreendedora, buscava diferenciais competitivos para o transporte rodoviário. O resultado foi melhor que o esperado: a companhia já quadruplicou sua operação desde 2019, alcançando transporte mensal de 223 mil toneladas em 2020, 23 filiais e 33 clientes nos setores de siderurgia, papel e celulose, construção, varejo, agrícola e refrigerados. São 39 mil motoristas cadastrados, mais de 2500 cidades atendidas e 312 caminhões até dezembro de 2021.

A G2Base, que também faz parte do portfólio de empresas da Gerdau Next, teve o início das operações no ano passado e ganhou vida na Gerdau seguindo a mesma trilha da G2L. A G2Base é uma construtech que industrializa a cadeia da fundação em aço e centraliza todo o processo – da matéria-prima à execução –, reduzindo custos, prazos e desperdício e aumentando segurança, produtividade e sustentabilidade. O grande diferencial é que toda a gestão da fundação fica sob sua responsabilidade: do fornecimento dos perfis estruturais ao serviço de execução, o cliente recebe a fundação pronta. “A solução completa aumenta a produtividade em até 40% e reduz desperdícios no canteiro de obras. A tecnologia desenvolvida pela empresa permite a automatização de processos com informações online em tempo real e garante mais velocidade, segurança e aproveitamento máximo de recursos e logística”, destaca Juliano Prado, vice-presidente da Gerdau.

Atualmente, a Gerdau Next possui três linhas verticais de atuação estratégica: construção civil, sustentabilidade e mobilidade. Já são onze

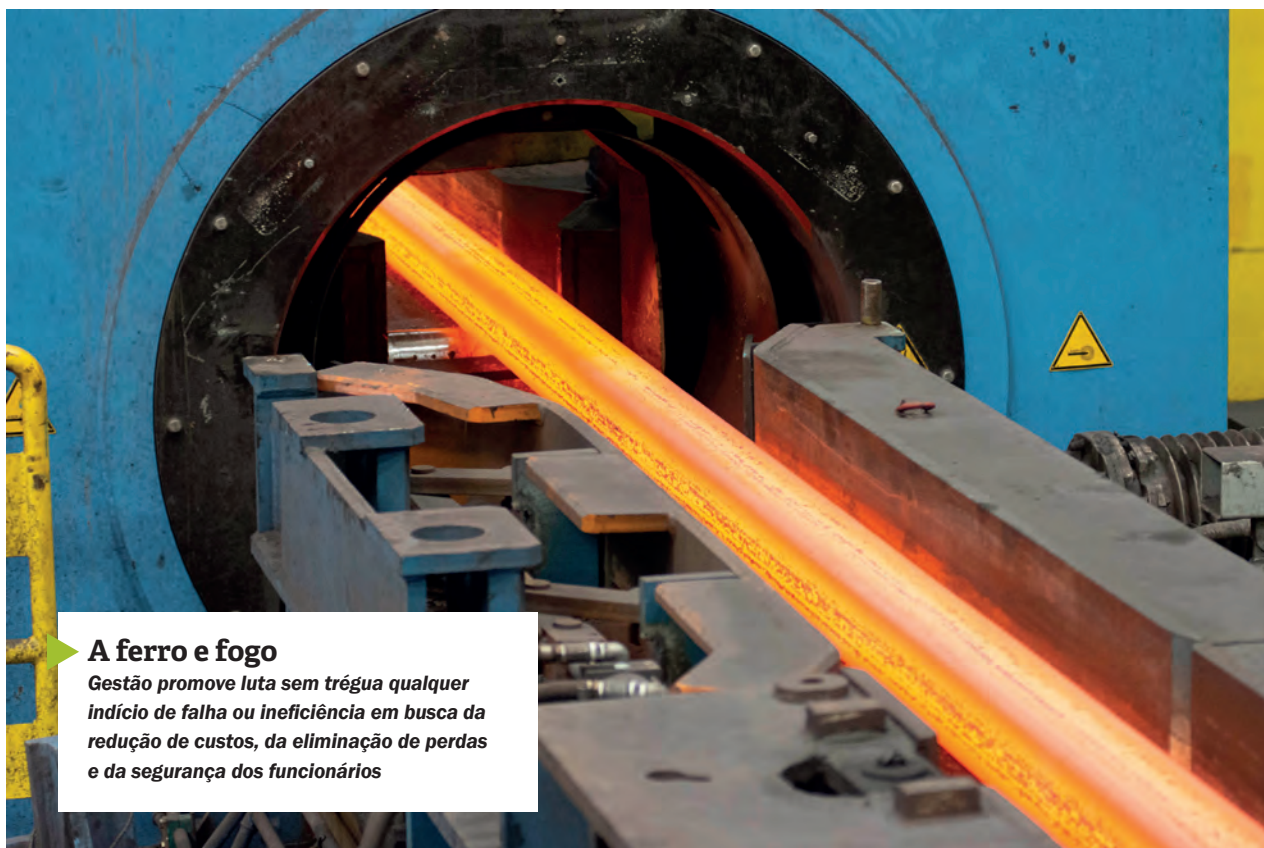
empresas no portfólio, entre próprias e joint-ventures. Uma das três mais importantes é a Juntos Somos Mais, startup com o maior ecossistema do varejo da construção e que tem como acionistas Votorantim Cimentos, Gerdau e Tigre). A segunda se chama Brasil ao Cubo. É uma construtech de construção *off-site*. Por este conceito, a obra não acontece no terreno, mas dentro de um parque fabril, com maior controle de processos e materiais, o que possibilita obras até quatro vezes mais rápidas. A terceira empresa, neste pódio da Gerdau Next, é a Gerdau Graphene, que desenvolve e comercializa produtos com a aplicação de grafeno. Estas três companhias, somadas à G2Base e à G2L, compõem o que se pode chamar de Top 5 do grupo de empresas Gerdau Next. O grafeno, aliás, é a

mais nova aposta da multinacional do aço. A Gerdau Graphene começou suas operações em abril 2021 e mira objetivos arrojados. “A inovação promovida pelo material em diferentes segmentos não visa a substituir o aço, mas constitui um novo nicho de atuação. O grafeno é um material completamente novo, o mais fino e mais forte que existe, excelente condutor de eletricidade e calor, altamente flexível e tão denso que nem o menor átomo de gás o atravessa”, explica Prado, com entusiasmo.

Na Gerdau Graphene, as aplicações do material são definidas de acordo com cinco grandes áreas: produtos para construção civil, polímeros (termoplásticos e plásticos termofixos), lubrificantes, óleos e graxas, elastômeros e tintas. Além disso, há dois segmentos especiais

desenvolvidos em parcerias com clientes: baterias e rolamentos.

A Gerdau Graphene possui um posto avançado no Centro de Inovação de Engenharia de Grafeno (GEIC, da sigla em inglês) da Universidade de Manchester, no Reino Unido. Ali, a empresa se conecta ao coração global da pesquisa em grafeno, fonte constante de inovação, e o mais importante polo tecnológico para a pesquisa do material. No laboratório, protótipos são testados com agilidade e segurança em todas as etapas. Em fevereiro, foi lançado o Centro de Materiais Avançados em Grafeno e Novas Aplicações Tecnológicas do IPT (CIGraph), em parceria com a Gerdau Graphene. O centro, que fica dentro do campus do IPT em São Paulo, tem o objetivo de desenvolver novas aplicações de grafeno que



A ferro e fogo

Gestão promove luta sem trégua qualquer indício de falha ou ineficiência em busca da redução de custos, da eliminação de perdas e da segurança dos funcionários



Na rota do grafeno

“Ele é tão denso que nem o menor átomo de gás o atravessa”, explica Prado

sejam facilmente incorporadas a processos industriais atuais. No início de 2022, a Gerdau Graphene assinou um contrato de parceria com a unidade EM-BRAPII SENAI/SP – Materiais Avançados para o desenvolvimento de um composto plástico especial com grafeno em resinas termoplásticas. Instalada dentro do Senai Mario Amato, em São Bernardo do Campo (SP), a unidade compõe um centro voltado a projetos de pesquisa, desenvolvimento e inovação para materiais avançados, credenciado pela Associação Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial (EMBRAPII) e tido como referência no estado de São Paulo. Como se nota, é possível desbravar novos negócios fora do alcance do core business – e a inovação é o pilar fundamental para dar conta dessa importante tarefa. A Gerdau já mostrou o caminho.

COOPERCARGA É ELEITA ENTRE AS CAMPEÃS DA INOVAÇÃO

Sempre de olho nas mudanças e tendências do mercado da inovação, a Coopercarga foi reconhecida novamente como uma das **Campeãs da Inovação 2022**.

Esta conquista reforça o compromisso de sermos um **Operador Logístico Completo** que põe em prática valores de inovação e sustentabilidade.

Campeãs da
Inovação
AMANHÃ



**1º LUGAR EM
TRANSPORTE
E LOGÍSTICA**



Uma das
25+ INOVADORAS
no ranking geral



Uma das
5 MELHORES
no setor estratégia

A woman with curly brown hair, smiling and looking upwards and to the right. She is wearing a brown blouse with a bow at the neck.

Fique conectado
às oportunidades
mais inovadoras
para você e
o seu negócio.

A ESCOLHA É SUA

Para a **Unicred RS**, inovar está na essência da cooperação. Pelo 3º ano consecutivo, somos uma das 50 empresas mais inovadoras do sul do Brasil.

Mais do que o resultado de um bom trabalho, este prêmio celebra nosso propósito de criar um mundo de **prosperidade sem perdedores**.



UNICRED 



A CIÊNCIA DIALOGA COM O MERCADO

A catarinense BRF quer se consolidar como uma das líderes do setor de alimentos no mundo dentro de oito anos. Para isso, elegeu a inovação como o principal pilar para imprimir velocidade ao que chamou de Visão 2030. A empresa diagnosticou que há demanda crescente dos consumidores por uma maior variedade de proteínas alternativas e, agora, pretende oferecer ao mercado os “substitutos de carne”. Um marco determinante para esse plano foi a parceria firmada em março de 2021 com a Aleph Farms, startup israelense que desenvolve proteínas em laboratório a partir das células animais.

“O acordo visa ao desenvolvimento e à produção de carnes cultivadas usando a produção patenteada da Aleph Farms e a distribuição de proteínas cultivadas pela *startup* com exclusividade no Brasil”, explica Sergio Pinto (foto), diretor de inovação da dona das marcas Sadia e Perdigão. Em julho do ano passado, a companhia aportou US\$ 2,5 milhões na segunda rodada internacional de investimento da startup. Com isso, a meta é chegar a 10% das vendas de produtos inovadores até 2023. Atualmente, esse nível está em torno de 5%.

Os times de P&D e Inovação da BRF se dedicaram a estudar novos interesses, preferências e hábitos da população, ajudando a desenvolver novos produtos. Outra tendência identificada foi o mercado de proteínas com produtos *plant-based*. As proteínas vegetais são alternativas feitas à base de plantas, utilizando

grãos com altos níveis proteicos como ervilha, milho e feijão carioca, uma exclusividade da BRF. Para oferecer novas opções para os consumidores, a empresa lançou a linha *plant-based* Veg&Tal, que já possui em seu portfólio hambúrgueres, almôndegas, kibes, nuggets, carne moída, frango em cubos, em tiras e desfiado, entre outros produtos.

Uma das iniciativas da empresa é o BrfHub, programa de relacionamento da BRF com o ecossistema de inovação aberta no Brasil e no exterior, com o objetivo de estimular parcerias que criem inteligência e agilidade na geração de novos negócios e soluções competitivas para a companhia. “Além de nos conectar com *startups*, queremos nos aproximar de pesquisadores com

perfil empreendedor, sejam eles de universidades ou instituições de pesquisa. Buscamos oportunidades que permitam a troca de conhecimento entre a academia e o setor privado, ciência e mercado”, detalha Pinto.

A empresa também promove a colaboração criativa por meio de projetos como o Olheiros de Inovação BRF, que busca mobilizar a base de colaboradores para proposição de iniciativas transformadoras dentro ou fora de sua área de atuação, gestão de serviços e de tecnologias para gerar impacto positivo na operação. São quatro meses em que a companhia catarinense faz com que todos coloquem o foco na inovação, buscando atender as múltiplas necessidades do mercado e demandas do consumidor.



UMA CAÇAMBA DE INVESTIMENTOS

Depois de criar a primeira fintech das Empresas Randon, a R4 Digital, o grupo anunciou no final de março um novo movimento de aporte em *startups*. A Randon Ventures liderou a rodada de investimento de R\$ 7 milhões na Money Money Invest, plataforma que conecta investidores dispostos a emprestar dinheiro para pequenos e médios empreendedores à procura de crédito. Com o aporte, a *startup* busca consolidar sua atuação, potencializando o modelo de negócio e ampliando a base de clientes atendida. A Money Money oferece empréstimos para pequenas e médias empresas com condições mais atrativas do que os oferecidos pelas instituições financeiras tradicionais, utilizando uma plataforma *online* que simplifica e torna mais acessível o acesso ao crédito. O modelo é baseado em conceitos de economia compartilhada.

Além do investimento realizado, a parceria com a *startup* servirá como uma ferramenta de aceleração dos processos realizados pelas unidades de negócio de serviços financeiros e digitais. “Por meio de investimento em pesquisas e novas tecnologias, passamos a apresentar soluções disruptivas, inéditas no mercado global”, comemora Daniel Randon, presidente das Empresas Randon. Com o movimento, o oitavo em dois anos de atuação, a Randon Ventures reforça a sua tese de investimentos. “Apostamos em *startups* que estão num estágio mais avançado de desenvolvimento, como a Money Money, que oferece ao mercado uma experiência de oferta de crédito diferenciada, conectando investidores a empreendedores em busca

de recursos. Com isso também complementamos o leque de sinergias entre as investidas e todo o ecossistema ligado às Empresas Randon”, afirma Mateus de Abreu, diretor de negócios e estratégias digitais da companhia e diretor da Randon Ventures.

Porém, o leque de oportunidades do grupo de empresas sediada em Caxias do Sul poderá ser ainda maior. E não apenas para encontrar novos nichos de mercado, mas também para disseminar o espírito de inovação. No final do terceiro trimestre o Instituto Hélice e Conexo, iniciativa de inovação aberta das Empresas Randon, fecharam uma parceria. A Conexo passa a ser uma apoiadora do Instituto Hélice, juntamente com um total de 28 empresas, entidades de classe e instituições de ensino. Juntas, Hélice e Conexo conectam mais de 65 organizações em suas ações de fomento à inovação e transformação do ecossistema de inovação da Serra Gaúcha. Inicialmente, a parceria pretende expandir os programas de capacitação em métodos ágeis já existentes e, ao longo deste ano, integrar serviços e soluções oferecidas às redes de ambas as instituições, trazendo mais benefícios aos associados do Hélice e as empresas conectadas à Conexo. “Nós sempre estimulamos as instituições e organizações da nossa região a trabalhar de forma colaborativa. Então nada mais justo que os demais atores do nosso ecossistema atuem dessa forma, abrindo novas oportunidades para as empresas, estendendo e integrando as soluções”, explica Léo Vitor Redondo, *head* da Conexo.



IDEIAS QUE ENCANTAM

Em 2021, ano em que os investimentos da Lojas Renner totalizaram R\$ 1 bilhão, cerca de 45% do montante foi destinado a sistemas e equipamentos de tecnologia – além de valores diluídos em outros movimentos e iniciativas espalhados pela companhia. “O processo de inovação dentro da Lojas Renner é transversal, ou seja, está presente no dia a dia das equipes de todas as áreas, abrangendo desde o desenvolvimento de produtos até o marketing e a gestão de recursos humanos, por exemplo”, informa a empresa em nota. Os funcionários são constantemente estimulados a sugerir e desenvolver soluções inovadoras. A implementação de metodologia ágil nos times tem contribuído com este processo: atualmente, mais de 800 pessoas atuam em *squads* (times) e tribos na empresa.

Além disso, em um marco importante de sua experiência, a Lojas Renner criou, em 2020, uma diretoria específica de Estratégia e Novos Negócios, que, entre outras frentes, atua diretamente com *Open Innovation*. A iniciativa consiste em buscar parceiros, sejam eles *startups*, *hubs* ou laboratórios que auxiliem a trazer ainda mais soluções criativas para a companhia. A relação com a academia também é importante para a gigante do varejo: em 2019, foi criado o Circuito, programa voltado a trocas de experiências entre profissionais da Lojas Renner e o ecossistema de educação e inovação do Brasil e exterior. Além de potencializar a atração e o desenvolvimento de talentos, o programa tem o objetivo de viabilizar

uma jornada de colaboração que gera valor ao setor de varejo e à sociedade.

O objetivo principal do fomento à inovação no varejo é aprimorar cada vez mais a jornada dos clientes, que estão no centro da estratégia da empresa. “Os *feedbacks* que recebemos dos consumidores são sempre levados em conta na hora de pensarmos serviços e soluções”, ressalta a nota da empresa. A Lojas Renner já se relaciona com *startups* há bastante tempo, de diferentes formas. Um movimento nesse sentido foi a criação do RX Ventures, fundo de Corporate

Venture Capital (CVC) lançado no início de março com o objetivo investir no crescimento de *startups* focadas em soluções inovadoras para todo o ecossistema de moda e *lifestyle*. O fundo tem capital de R\$ 155 milhões para investimentos e participações minoritárias em *startups* com alto potencial para antecipar tendências e reforçar a posição de liderança da Renner no mercado. A iniciativa prevê períodos de quatro anos de investimento e mais quatro para desinvestimento, buscando pelo menos 10 *startups*.



MAR AZUL DE OPORTUNIDADES

A construção civil é um dos segmentos da indústria que levam mais tempo para adotar tecnologias disruptivas, mas esta circunstância não parece deter a Rôgga. Ao contrário: a empresa catarinense prefere ver a situação do setor como uma grande oportunidade de inovação, e por isso dirige seus investimentos em pessoas, processos e tecnologias no sentido de encontrar novas soluções, simular possibilidades e decidir sobre os produtos imobiliários em que vai apostar. Desta forma, vem se fortalecendo em competitividade, previsibilidade e, consequentemente, resultados. O diretor de engenharia e desenvolvimento imobiliário da Rôgga, Osvaldo Martins de Carvalho Netto, detecta um enorme potencial de inovação na construção civil. “Entre essas oportunidades, podemos citar a inserção de tecnologias relacionadas a IoT e AI, automação e industrialização dos processos – que ainda são majoritariamente artesanais no segmento –, melhorias no planejamento e controle dos processos por meio de *apps* e desenvolvimento de novos materiais para revestimento”, enumera Netto. No ano passado, a companhia investiu cerca de 1% de sua receita operacional líquida em P&D. Os aportes foram destinados a projetos com foco na industrialização do setor, como o estudo de paredes pré-fabricadas e a introdução de novos tipos de revestimentos industrializados. Também houve ênfase na inserção de tecnologias no espaço fabril, como laser, requadros magnéticos, sistema de cura térmica alimentado por biomassa e outras soluções que permitirão aumentar a qualidade das peças pré-fabricadas. “Os processos tradicionais de construção apresentam baixa produtividade, altos índices de desperdício, retrabalho e pouco controle de qualidade, além de um recurso de mão de obra pouco especializada. Estes fatores impactam diretamente nos custos e, consequentemente, no preço final para o cliente”, contextualiza Netto. “Ao industrializar os processos, entendemos que estes problemas são atenuados, além de contribuir para a sustentabilidade em todos os seus três pilares: ser economicamente viável, ambientalmente correto e socialmente justo.”

Na Rôgga, o processo de inovação é subdividido em quatro etapas principais: surgimento da ideia, avaliação do projeto, planejamento e desenvolvimento. Há um estímulo para que as ideias venham de variadas origens, de colaboradores



internos e clientes a fornecedores. “Existem diversos estágios quando falamos em inovação, especialmente na construção civil. Os primeiros projetos se iniciam, fundamentalmente, através de melhorias na operação, mas inevitavelmente precisam permear todas as áreas da empresa de acordo com o crescimento da maturidade no tema.” Uma estratégia que tem funcionado bem é a parceria com universidades: diante de demandas levadas aos alunos e professores, novas soluções são pensadas e desenvolvidas. Para 2022, a previsão é investir até R\$ 4 milhões em P&D, com foco em projetos que terão como essência melhorar a eficiência operacional e a industrialização da empresa. Netto está animado. “Vislumbramos um mar azul de oportunidades dentro destes temas.”

Couro e calçados

Calçados Bibi | RS

CALÇANDO CRIANÇAS E INSPIRANDO ADULTOS

A marca inspirada na admiração do seu fundador, Albino Eloy Schweitzer, pela icônica atriz de teatro Bibi Ferreira, está colocando a inovação em cartaz. Somente nos últimos dois anos os investimentos em tecnologia trouxeram 40% de crescimento para a Calçados Bibi, que atualmente tem 148 lojas. No ano de comemoração de seus 73 anos, a grife, que atualmente é presidida por Andrea Kohlrausch (foto), segue aprimorando seus projetos. Um deles é o *bestseller* 2way, tênis 2 em 1, criado antes da pandemia do coronavírus e lançado como uma alternativa para as crianças usarem dentro e fora de casa. Outras linhas que tiveram participação expressiva no faturamento da marca foram as categorias de tênis esportivos e casuais, além dos calçados de luz. O investimento em tecnologias de conforto vem dando resultado, segundo Andrea. “Os tênis ganharam destaque nas vendas justamente por proporcionar bem-estar e o desenvolvimento saudável para os pés das crianças”, comemora.

A meta é transformar a marca na mais inovadora em calçados infantis. Por isso foi criado o programa Ninho de Inovação cuja estratégia é fomentar o intraempreendedorismo e desafiar os *stakeholders* a pensarem em novas ideias e soluções em seis temáticas. As ideias são recebidas e avalia-

das pelo Comitê de Inovação. No começo de 2022, foram recebidos mais de 40 projetos. “Deste total, nós elencamos 15 para serem desenvolvidos por nossos grupos multidisciplinares, sendo 30% voltados para a Indústria 4.0 e a maior parte, 70%, para desenvolvimento de produto e mercado”, detalha a presidente da Bibi. Há um acompanhamento do trâmite das ideias e o monitoramento inclui ainda a verificação de quais áreas da empresa que mais contribuem com o Ninho de Inovação. “No final”, descreve Andrea, “fazemos uma cerimônia de reconhecimento com troféus e medalhas para as melhores ideias e projetos implementados”. Só em 2021, a Bibi investiu cerca de 5% do faturamento em pesquisa e inovação, esforço que abrangeu, ainda, uma mudança de layout da planta fabril localizada em Parobé (RS), para reduzir os processos e tornar a produção mais eficiente. Em 2022, a Bibi prevê investir 7% do faturamento em P&D.



BEM-VINDO, 5G

A Intelbras tem boas razões para se empolgar com a chegada da conexão 5G ao Brasil. A companhia possui um dos maiores laboratórios privados de P&D, em seu setor, na América Latina. Em paralelo, mantém um escritório na China focado na missão de rastrear novas soluções para adaptá-las ao Brasil. Recentemente, inaugurou o PDV Lab, um laboratório de testes para melhorar a experiência do consumidor. “Nossos esforços também convergem em identificar as necessidades dos clientes. Para isso, usamos *Big Data*, *Analytics*, pesquisas de mercado, *benchmarks* de competidores e negócios similares, consultorias e outras ferramentas”, detalha o gerente de relações com investidores da Intelbras, Bruno Teixeira. Disposta a sustentar um investimento em P&D equivalente a 4% da receita operacional, a Intelbras deve acelerar o desenvolvimento de soluções em alta tecnologia, com ênfase em inteligência artificial, para configurar produtos voltados aos diferentes mercados, principalmente redes e energia.

Nos anos 1990, a campeã no setor Eletroeletrônico soube crescer e ganhar escala, tirando proveito do processo de consolidação no setor de telecomunicações. Agora, percebendo outra oportunidade, se afirma como a primeira empresa brasileira a avançar no desenvolvimento nacional da tecnologia 5G, com planos de investir R\$ 150 milhões em soluções baseadas nas redes 5G nos próximos cinco anos.



Bruno Teixeira, gerente de relações com investidores na Intelbras, conta que a empresa já iniciou a produção de soluções 5G FWA para fornecer conectividade de alta qualidade, velocidade e latência semelhantes à fibra óptica. “Neste momento, estamos desenvolvendo o 5G CPE, um roteador que funcionará na frequência 5G. O produto entrará em comercialização 300 dias após aprovação do leilão”, prevê Teixeira. A Intelbras surfa nas grandes novidades, como o segmento de energia solar, um dos que mais cresceram nos últimos anos graças ao apelo de ser uma opção limpa e sustentável,

além de econômica, por reduzir a conta de luz em até 95%. A companhia oferece soluções nesta área para projetos de residências, empresas, indústrias e agronegócio. Antecipa-se, também, a ondas que ainda estão se formando, como a previsão de que, até 2025, 11 em cada 100 brasileiros terão em suas casas algum dispositivo inteligente. O prognóstico levou a Intelbras a eleger a Casa Inteligente como uma de suas apostas estratégicas. “Estamos focados em disponibilizar para o mercado a linha Izy, a mais completa do país em dispositivos IoT (internet das coisas, em inglês)”, revela Teixeira.

Eletromecânico Whirlpool | SC

MUITO ALÉM DOS PRODUTOS

Nos últimos dois anos, com a pandemia, a Whirlpool notou a mudança no perfil do consumidor, que passou a valorizar mais sua casa por passar mais tempo em *home office*. Entre outras atividades, investiu na troca ou compra de eletrodomésticos, contribuindo para aumentar a demanda das indústrias do setor. A Whirlpool se manteve atenta às necessidades e preferências de um consumidor mais ativo. “Isso tem conexão com colocarmos o consumidor no centro das nossas decisões para inovarmos com propósito e qualidade, entregando soluções que impactem de forma positiva toda a sua jornada”, explica Eduardo Vasconcelos, diretor de relações institucionais da Whirlpool. A companhia anunciou, no ano passado, o investimento de R\$ 240 milhões no Brasil como parte de sua estratégia de reafirmar a liderança do mercado local, fortalecendo a atuação da empresa na região latino-americana. Esse investimento tem sido utilizado, majoritariamente, na ampliação e modernização das fábricas de Rio Claro e Joinville e na inauguração de dois novos centros de distribuição física nas regiões nordeste e sudeste do país. Tudo feito com sentido de ampliar sua malha logística e para que os consumidores brasileiros recebam os produtos no menor tempo possível.

Mude ou não o cenário, algo não se altera na Whirlpool: a disposição para investir de 3% a 4% da receita

anual em pesquisa, desenvolvimento e inovação. São mais de 800 profissionais dedicados a PD&I, 23 laboratórios e quatro centros de tecnologia no mundo. Para além desta estrutura interna, há ainda um ativo processo de inovação aberta trabalhando com diferentes parceiros como startups e centros de inovação. Hoje, a empresa interage com startups em diversas



iniciativas para implementação de melhorias em diferentes áreas, e há mais de 25 anos conta com parcerias com universidades e centros de pesquisas. Com o Sistema S, por exemplo, mantém um projeto com o objetivo de buscar soluções inovadoras para questões de segurança dos colaboradores dentro de suas fábricas.

Outra providência rotineira na Whirlpool é puramente analisar os hábitos e comportamentos dos consumidores brasileiros por meio de pesquisas, a fim de entender suas reais necessidades. A partir dessas referências, os times multidisciplinares de desenvolvimento são formados

e, juntos, designers, engenheiros e profissionais do marketing, finanças e manufatura iniciam uma série de testes e desenvolvimentos até a criação dos primeiros conceitos, que serão posteriormente testados e validados pelos consumidores. “A inovação também está conectada ao nosso compromisso com as temáticas ESG. A Whirlpool atua sob o conceito de inovação sustentável a partir do desenvolvimento contínuo de produtos e processos cada vez mais eficientes”, acrescenta Vasconcelos.

Hoje, a Whirlpool acumula mais de 8.130 patentes concedidas globalmente, mais de 500 delas somente no Brasil. A empresa tem o maior polo de produção e pesquisa de lavanderia doméstica na América Latina, e o maior de refrigeração doméstica no mundo, ex-

portando tecnologias para mais de 45 países. “Temos um compromisso com a inovação aberta e nossa atuação está ligada ao desenvolvimento do ecossistema de inovação no país”, explica Vasconcelos. O programa Inova Talentos, por exemplo, trouxe desde 2013 mais de 160 mestres e doutores para atuar em projetos de inovação da Whirlpool. Outro case de sucesso é a parceria com a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), na qual são desenvolvidas tecnologias de ponta para refrigeração, permitindo que pesquisadores coloquem em prática projetos que atendam às necessidades reais da companhia.

TECNOLOGIA NACIONAL PARA O MUNDO

O centro de desenvolvimento e inovação da Stihl Brasil, localizado em São Leopoldo, no Rio Grande do Sul, é o maior da empresa fora da matriz e trabalha de forma muito integrada com os departamentos na Alemanha, país-sede da marca de ferramentas motorizadas.

Trocas de informações sistêmicas, assim como a transferência de tecnologia entre os dois lados, acontecem por meio de constantes programas de intercâmbio dos engenheiros entre as diferentes fábricas ao redor do mundo. Um bom exemplo do alcance desta parceria é a fabricação do cilindro. Como o componente utilizado pela sede alemã é desenvolvido inteiramente na unidade brasileira, todas as inovações implementadas neste item, ou no seu processo de produção, são imediatamente introduzidas nos produtos da matriz e exportados para mais de 170 países. “É um movimento que muito nos orgulha, pois significa que a Stihl Brasil exporta tecnologia nacional para tantos países”, comemora Alexandre Sikler (foto), diretor de desenvolvimento de pesquisa da multinacional.

Na Stihl, o processo de inovação não fica restrito ao laboratório – muito pelo contrário, ele ganha o campo. A geração de novos produtos é conduzida de acordo com a leitura das necessidades dos clientes realizada no mercado e este trabalho é exercido pela área de marketing. Anualmente, após o recebimento das demandas, o setor de Pesquisa e Desenvolvimento da companhia dimensiona a capacidade interna

para desenvolver os pedidos, além de acordar entre as duas áreas quais projetos serão mais impactantes e, consequentemente, priorizados. De acordo com a empresa, esse mapeamento é a fase mais crítica, pois a leitura da maturidade do mercado para algo novo e o tempo necessário para o seu desenvolvimento devem estar muito bem alinhados, sob pena da companhia perder a janela de oportunidade de lançamento e acabar frustrando seus potenciais clientes.

Entre as campeãs de vendas, especialmente no setor do agronegócio, estão a motosserra MS 170 e a roçadeira FS 120. A motosserra possui um dispositivo que realiza a compensação da entrada de ar limpo, permitindo aumentar os intervalos de limpeza do filtro de ar sem perda de potência, sem emissões e sem

aumento do consumo de combustível. Já a roçadeira conta com o sistema elastostart que proporciona um arranque quase sem solavancos devido a um elemento amortecedor que absorve os picos de força. Desta forma, o arranque é suave e demanda menor esforço do usuário.

Recentemente, a Stihl inovou com o lançamento de um produto que abriu uma nova categoria no portfólio da marca: o aspirador de pó e líquidos SE 33, dotado de um motor 30% mais eficiente do que a média do mercado. “Quando se busca por um aspirador, normalmente o usuário observa apenas a potência. Porém, deve-se levar em consideração a relação entre potência e a capacidade de aspiração”, explica Sikler. Com incrementos desta natureza, o poder de sucção de novos clientes, pela Stihl, também aumenta.



A CAPILARIDADE COMO ALIADA

O Sicredi tem uma estratégia muito simples e eficiente para aprimorar seus serviços e processos. Identifica problemas, ou “desafios internos”, e incentiva a participação de startups para solucioná-los. Para incentivar a inovação, a cooperativa de crédito conta com o programa Inovar Juntos e a parceria com o *Agtech Garage*, em Piracicaba (SP), onde a instituição costuma lançar desafios de negócio. Especialmente no caso do *AgTech Garage*, as cooperativas participam ativamente do processo, uma vez que o principal objetivo nesse ecossistema é identificar soluções para os associados do segmento do agronegócio. “Nesse processo, a nossa capilaridade também acaba sendo um fator que joga a favor da inovação, pois as co-

operativas conhecem muito bem as necessidades pelo contato próximo com esse segmento”, destaca Valério Araújo, gerente de *Open Banking* e Inovação do Sicredi.

Quando fala em capilaridade, Araújo se refere à estrutura com mais de duas mil agências do Sicredi espalhadas por 1.600 municípios. Em mais de 200 municípios, o Sicredi é a única instituição financeira presente. Se não bastasse tamanha presença, neste ano a cooperativa de crédito planeja a inauguração de pelo menos 250 novas agências. “O fato de sermos um sistema formado por uma centena de cooperativas de crédito é, na verdade utilizado a favor dos processos de inovação, pois a partir da proximidade com os nossos associados, conseguimos identificar

demandas e a partir disso gerar soluções que atendam às necessidades deles, o que é sempre o nosso foco principal”, atesta Araújo.

Alguns cases exitosos foram protagonizados por startups vencedoras de desafios por meio do *Agtech Garage*. Duas delas, a Leigado e a Elysios, foram conectadas aos produtores para uma fase de testes, na qual puderam aperfeiçoar seus produtos e atualmente atendem a centenas de produtores rurais associados à cooperativa. A Leigado é um sistema de gado leiteiro. A solução abrange o mercado leiteiro em todo segmento, desde o produtor até o laticínio. Com o aplicativo é possível gerenciar a propriedade em qualquer lugar, além de monitorar, por exemplo, o processo de inseminação do gado e seus resultados. Já a Elysios produz um software de inteligência agrícola que oferece integração de informações de cultivos e propriedades.

Nessa relação, o Sicredi não busca lucro e sim o estabelecimento de uma ponte entre os agricultores e as startups. “A startup é beneficiada com acesso aos nossos associados e eles, por sua vez, favorecidos pelo acesso às soluções inovadoras. Como consequência, o Sicredi acaba se beneficiando com uma atuação cada vez mais relevante para atender as necessidades dos associados”, demonstra Araújo. Ele antecipa que o Sicredi está iniciando a estruturação do seu laboratório de inovação, uma estrutura dedicada à captura de tendências e à experimentação de hipóteses que possam se tornar novas oportunidades de negócio.



SEMPRE DÁ PARA RESOLVER

Todo problema tem solução. Essa frase, sempre dita pelo presidente da Liderança, Francisco Lopes de Aguiar, durante as reuniões da empresa, traduz o espírito do grupo que busca a melhoria contínua dos processos. A sentença de Aguiar acompanha a empresa desde a estratégia de venda até a execução dos serviços para os clientes. Os serviços de limpeza e conservação são o core business da Liderança, e deles provém a maior receita e lucratividade. Mas é na implementação de novas ideias que o trabalho avança. “A inovação começa nas reuniões com a equipe. A principal ferramenta é a reunião das Equipes de Gestores da Qualidade (EGQ), durante as quais nos unimos para analisar e melhorar os resultados da organização” explica Willian Lopes de Aguiar, diretor comercial e marketing.

Para a companhia catarinense, a parte mais difícil do processo é identificar e admitir erros. Depois de superada essa fase, a equipe consegue rapidamente encontrar as soluções, sugerir novas ideias e aplicar as inovações dentro dos processos da empresa. A equipe de gestores sempre traz novidades. Atualmente há muitas ferramentas desenvolvidas nestas EGQ’s, que auxiliam no dia a dia da empresa. A dinâmica do trabalho consiste, normalmente,

em acompanhar a evolução de mercado, mas a companhia sempre procura se antecipar. Segundo Willian, inovar em uma empresa com quase 30 mil funcionários não é tarefa fácil. “Temos de pensar que toda mudança traz consequência, e essas decisões têm que ser muito bem pensadas, pois vão afetar todos os colaboradores da organização. Mas temos muito orgulho dessa empresa e temos tido muito sucesso na aplicação destas melhorias” ressalta o executivo.

Constantemente são feitos aprimoramentos em processos, principalmente na área de limpeza e conservação e de segurança. Um exemplo é o controle *online* de ronda e de efetividade aplicado nos clientes da Liderança em todo país. Willian explica que essa inovação se mostrou bastante eficiente e muito bem recebida pelos clientes. “E o melhor, com um custo muito baixo de implantação e manutenção. Por se tratar de nosso *core business*, é a linha que recebe maior aporte, e assim se manterá ao longo do ano 2022”, conta. Já os investimentos no efetivo acontecem por meio da educação. Os colaboradores e fornecedores são incentivados a cursar uma graduação voltada a uma das áreas de atuação do grupo Liderança, por exemplo. Entre as instituições parceiras estão a Fundação Dom Cabral e Fundação Fritz Muller.





Nos últimos anos, a Dell consolidou sua posição de liderança no mercado brasileiro em segmentos prioritários para a empresa como servidores, *storage*, HCI e PCs. A empresa é líder no mercado brasileiro em *desktop*, *notebook*, *workstation*, servidor, *storage* e hiper convergência. Entre seus sucessos estão equipamentos como o PowerStore, que a Dell anuncia como a mais moderna solução de armazenamento *midrange* do mercado, e o Alienware m15, apresentado pela companhia como o mais poderoso *notebook gamer* disponível hoje no mercado nacional. “Esses são exemplos claros de nosso contínuo investimento para oferecer o melhor da tecnologia ao mercado brasileiro”, ressalta Diego Puerta (*foto*), líder da Dell Technologies no Brasil.

A Dell está ampliando ainda mais seu ritmo de inovação, despejando anualmente US\$ 4,5 bilhões a partir de 17 centros globais de Pesquisa e Desenvolvimento que priorizam inovações tecnológicas que resolvam problemas dos clientes e os ajudem a expandir negócios por meio da transformação digital. “Expandimos e capacitamos nosso time para auxiliar nossos clientes a tomarem as decisões de tecnologia necessárias para a sua realidade, de forma customizada”, afirma Puerta.

A relação direta e próxima da Dell com clientes e parceiros também permite que a empresa enxergue as

necessidades de hoje e se prepare para as novas tendências do futuro. A partir deste aprendizado, desenvolve soluções para essas necessidades, sempre levando em conta o estágio em que os clientes estão e como podem adotar as novas tecnologias sem enfrentar problemas ou riscos. “Sabendo da importância do impacto social e do poder da tecnologia, perguntamos constantemente como nós – junto com nossos clientes, parceiros e fornecedores – podemos ter um impacto profundo e positivo na sociedade e no planeta”, conta Puerta. Para ajudar a responder a essa pergunta, a companhia lançou o *Progress Made Real*, um plano ambicioso que envolve inovação e sustentabilidade. Para cada produto que um cliente compra, por exemplo, a companhia se compromete a reutilizar ou reciclar um produto equivalente. Outra providência será fazer com que todas as embalagens sejam feitas de material reciclado ou renovável.

A Dell Technologies Capital, braço de empreendimentos corporativos, tem o objetivo de investir em startups inovadoras e fazer parcerias para fornecer soluções de tecnologia aos clientes. “Na verdade, temos mais de 90 *startups* em nosso portfólio e investimos aproximadamente US\$ 100 milhões anualmente em áreas de tecnologia que estão alinhadas com a estratégia da nossa empresa – incluindo nuvem, segurança, IA/ML e IoT”, reflete Puerta.



CADEIRAS PROFISSIONAIS

Mais um ano consecutivo
entre as 50 Empresas mais
Inovadoras do Sul do País.

INOVAR.
AVANÇAR.
TRANSFORMAR.
Cavaletti

O AGRICULTOR EM PRIMEIRO LUGAR

Manter-se próxima do agricultor e entender suas necessidades tem dado à AGCO trunfos importantes. Entre eles está, por exemplo, o desenvolvimento da plantadeira Momentum Sementes e Fertilizantes. De fácil transporte, a plantadeira é capaz de fazer a distribuição simultânea de sementes e fertilizantes sólidos. “Antes, não era possível fazer o manejo do solo adequado para cada região, pois as máquinas não acompanhavam a topografia”, recorda Fabrício Natal, vice-presidente de engenharia da AGCO. Além disso, as janelas curtas de plantio pediam uma máquina transportável, com maior número de linhas, abastecimento central e fácil de operar. O implemento é o primeiro projeto global da AGCO desenvolvido integralmente no Brasil.

A Momentum está entre as maiores do mercado, mas dobrada, fica com 3,6 metros, menor largura de transporte da categoria, sem a necessidade de desmontagem, podendo passar por porteiras e pontes com facilidade sendo puxada pelo trator. A máquina é transportada em caminhões-prancha sem dificuldades. Sem contar que cada plantadeira que vai para o campo leva consigo, em média, cinco sacos de soja a mais por hectare. “Isso nos aproxima cada vez mais da nossa meta de contribuir com a segurança alimentar no mundo todo”, assegura Natal que também revela que foram cinco anos para idealizar o projeto e, neste período, a AGCO ouviu centenas de pessoas, entre agricultores, engenheiros agrônomos e especialis-

tas. Até o lançamento, no total, foram 7.500 horas de teste e mais de 34 mil hectares plantados.

A plantadeira MF 500 Solo + é outra novidade que foi desenvolvida a partir das necessidades dos agricultores. Trata-se de um equipamento direcionado para aqueles que cultivam arroz em terras baixas, que têm como particularidade a deficiência de drenagem. A oscilação de preços do arroz afeta diretamente a rentabilidade de quem produz, cenário que leva o produtor a buscar culturas mais estáveis financeiramente, como a soja e o milho. Atualmente não há nenhuma outra plantadeira no mercado para o plantio de soja e milho nesse tipo de área, assegura a AGCO. Os ganhos de produtividade, segundo a empresa, são de até 100 sacas por hectare.

A linha de colheitadeiras Fendt IDEAL também recebeu em 2021 grande aporte – de recursos financeiros, mas também de cérebros. O primeiro projeto global da marca, em três décadas, desenvolvido a partir do zero, inclui o sistema IDEALbalance™, uma bandeja de grãos dupla que garante que somente a colheita limpa seja coletada, oferecendo maior potência, rendimento e conforto. Um dos principais diferenciais da linha produzida em Santa Rosa (RS) é um sistema de processamento de alta eficiência energética e capacidade de operar em variadas condições.

Nos últimos cinco anos a AGCO apresentou cerca de 200 lançamentos, ritmo que a mantém competitiva no pódio do *ranking* Campeãs da Inovação.



Sindilojas Porto Alegre 1º lugar na categoria Entidades Empresariais

SEJA PARCEIRO DE
QUEM FAZ A DIFERENÇA
PARA O TEU NEGÓCIO



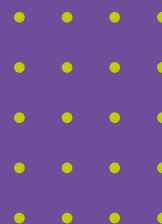
Pelo segundo ano consecutivo, o Sindilojas Porto Alegre ganha o reconhecimento da Revista Amanhã na premiação Campeãs da Inovação. Com o Sindilojas Porto Alegre, você conta com as melhores soluções do mercado para desenvolver o teu negócio, como o Co.nectar Hub, nossa iniciativa que está transformando a relação dos lojistas com a inovação

Associe-se e faça parte da inovação!

WWW.SINDILOJASPOA.COM.BR



Sindilojas RS
Porto Alegre
Sindicato do Sistema Comércio



Máquinas e equipamentos

Librelato | SC



FOCO NOS ATRIBUTOS

Posicionada entre as três maiores fabricantes de implementos rodoviários do Brasil, a Librelato concentra seus esforços de inovação no sentido de oferecer ao setor de transportes produtos modernos, com maior robustez e menor peso, e no estado da arte em soluções em conectividade e segurança. É um compromisso compartilhado por seus 1.600 profissionais, um mutirão que produz dois implementos a cada 40 minutos, por meio de processos produtivos automatizados e digitalizados. No início de 2021, responsabilidade se tornou ainda maior. A marca expandiu sua atuação internacional e inaugurou um escritório em Portugal, com o objetivo de incrementar suas exportações aos continentes europeu e africano.

“Mesmo diante de tantas adversidades causadas pela pandemia, conquistamos grandes vitórias. São resul-

tados que refletem o esforço de toda a nossa equipe com novas técnicas de abordagem junto aos clientes e foco nos atributos dos produtos”, diz José Carlos Sprícigo, CEO da Librelato. Com este foco referido por Sprícigo, a Librelato criou e vem expandindo a Libreparts, rede de lojas que vende peças da marca com um conceito premium. A Libreparts comercializa toda a linha de peças e componentes genuínos para os implementos, e o ritmo de crescimento da rede sugere que a aceitação dos clientes é crescente.

Em 2021, a empresa inaugurou sua nova sede administrativa em Içara, Santa Catarina, resultado de um investimento superior a R\$ 8 milhões e conta com um espaço de 4 mil metros quadrados, destinado a acolher 200 profissionais administrativos de diversas áreas. Na ocasião, a Librelato aproveitou para lançar o

projeto Librelato+Verde de 2021, com o objetivo de plantar mais de 10 mil mudas de árvores nativas para ajudar na recomposição da natureza em áreas degradadas e nascentes de rios. “Queremos contribuir para termos um meio ambiente mais preservado e com mais verde”, explica Sprícigo. Não é só ambiente que conta. Para conquistar o selo de signatária do Movimento Nacional ODS 2021 Santa Catarina, a Librelato assumiu compromissos com uma sociedade inclusiva, ambientalmente sustentável e economicamente equilibrada. O selo reflete os objetivos de desenvolvimento sustentável estabelecidos na Agenda 2030 da ONU. A agenda contempla um plano de ação internacional para alcançar 17 objetivos desdobrados em 169 metas segundo cinco diferentes perspectivas: pessoas, planeta, prosperidade, parceria e paz.

UM CAMINHO ILUMINADO

Ao digitar no Google a palavra inovação e buscar por imagens, uma das mais comuns é uma lâmpada acesa. Este, que é talvez um dos maiores símbolos para retratar o conceito, também é o produto que move a Intral. E move em ritmo acelerado. Recentemente empresa de Caxias do Sul ampliou seu quadro de profissionais em 20% e abriu um segundo turno para acelerar a produção da linha de *drivers*, investimento de mais de R\$ 1 milhão que situou a Intral como única fabricante desse tipo de equipamento no Brasil.

Um bom ponto de partida para o desenvolvimento de novidades como o modelo IP67, que auxilia na economia de energia e preservação da vida útil das luminárias, é o programa Ilumina Intral, que incentiva os funcionários a sugerirem ideias de melhorias que tenham relação com os indicadores estipulados no planejamento estratégico. A unidade fabril na Serra Gaúcha é equipada com laboratórios próprios para testes dos produtos e dos materiais produzidos. “Para este ano, estamos prevendo o lançamento de uma luminária que reproduza o comportamento da luz do dia, ou seja, para o padrão circadiano”, conta o novo CEO da Intral, Rodrigo dos Santos Fantinel, egresso do Grupo Randon. Ele antecipa que a companhia estreitará os laços com as universidades. “Além de parceria que já realizamos, por exemplo, com a Universidade de Caxias do Sul (RS) e fundação Certi (SC), recentemente, fechamos um entendimento com a Universidade Federal de Santa Maria visando um projeto de desenvolvimento de espectro luminoso para auxílio no desenvolvimento de plantas”, completa o CEO.

Mobilizado para atingir a meta de faturar cerca de R\$ 180 milhões em 2022 e R\$ 500 milhões nos próximos cinco anos, o grupo anunciou a expansão dos negócios para o Polo Industrial de Manaus (PIM). A unidade na capital amazonense, que recebeu um investimento inicial de R\$ 20 milhões, deve começar a produção no primeiro trimestre de 2023.



Metalurgia

Taurus | RS

ESTRATÉGIA CERTEIRA

O processo de transformação da Taurus, que começou quando a companhia foi adquirida em 2015, gerou resultados que tornaram a empresa de São Leopoldo (RS) a maior vendedora de armas leves do mundo. A cada 10 revólveres vendidos globalmente, seis são da Taurus. A reviravolta, que no mundo da gestão é conhecida como *turnaround*, exigiu bastante da diretoria liderada por Salésio Nuhs, o presidente. As estratégias promoveram a maior reestruturação da história da Taurus, com redefinição de planejamento e mudança nos processos operacionais em busca de robustez e eficiência. Os efeitos da mudança estão aparecendo. “Transformamos a Taurus em uma empresa fortemente geradora de caixa”, ressalta Nuhs. Em 2021, foram investidos R\$ 175 milhões em modernização e automação. “Queremos esse ano ainda ter uma linha de montagem de pistolas automatizada, robotizada, e investimos muito em desenvolvimento de tecnologias e de novos produtos”, anuncia Nuhs.

Os fundamentos de gestão implantados nos últimos anos levam a Taurus a ostentar margem Ebitda (lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização) de 36,6% em 2021. “Isso é uma referência inclusive para outros setores da indústria, não só o segmento de armas”, exalta o CEO. “É um modelo também para as indústrias de transformação aqui

no Brasil, que dificilmente geram essa porcentagem em margem Ebitda”, argumenta. Vale lembrar que apenas no primeiro trimestre de 2022 a Taurus registrou lucro líquido de R\$ 195 milhões, montante 186,3% superior ao obtido no mesmo trimestre de 2021. A companhia mantém uma estrutura de distribuição ou escritório de representação em cada um dos 100 países em que atua.

Um dos trunfos da Taurus em seu Centro Integrado de Tecnologia e Engenharia Brasil/EUA, para onde convergem todos os *insights* e ideias que se mostram viáveis para se tornarem projetos merecedores de um cuidadoso planejamento e execução. É o QG da inovação. Para 2022, a empresa considera fazer investimentos de R\$ 250 milhões, e deste total 40% serão destinados à área de pesquisa e desenvolvimento de novos produtos, novos processos e expansão industrial. A propósito, para expandir seu alcance, a Taurus deve lançar mão da primeira loja conceito da marca, a AMTT - Armas Munições Tiro e Treinamento, inaugurada em Brasília recentemente, como modelo de referência para o Programa de Franquias Taurus CBC. A expansão da rede AMTT prevê, em breve, a inauguração da loja de São Paulo. A abertura de outras unidades dependerá da avaliação da franqueadora, análise de mercado e decisão estratégica da companhia.





Móveis para escritório Cavaletti | RS

FORTE AQUI E LÁ FORA

Sentindo-se consolidada no mercado interno, por atuar em quase todo território nacional com 20 representantes e 1.800 revendas, a Cavaletti quer crescer fora do país. Até 2024, ano que completa meia década de fundação, a Cavaletti pretende se firmar no mercado internacional com a abertura de canais de exportação. Na mira da fabricante de móveis para escritório estão, principalmente, os países da América Latina, da África e da Europa.

Já é tempo, mesmo, de olhar mais longe. O negócio que a família Albertoni começou em Erechim, em um porão alugado medindo menos de 30 metros quadrados, mobiliza atualmente mais de 700 funcionários. As primeiras atividades, como reformas de sofás, poltronas e assentos de

carros, viraram páginas de história. Agora, a Cavaletti produz cerca de 6 mil peças por dia e disputa a liderança nacional no segmento de assentos profissionais e mobiliário corporativo.

A empresa foi uma das primeiras do segmento a adotar o sistema automatizado e hoje conta com sete robôs de soldagem, o mesmo usado para produzir automóveis de última geração. Além disso, vem se reinventando para acompanhar a evolução das formas de trabalho contemporâneas. Para isso, investiu em um centro de pesquisa próprio acreditado pelo Inmetro, o Laboratório Pedro Mateus Cavaletti, homenagem ao pai de Mário e Gilmar, os irmãos fundadores da empresa.

A Cavaletti também investiu na modernização do seu parque fabril de

10 mil metros quadrados em Itapevi (SP). Atenta às exigências de sustentabilidade, a fabricante implantou um sistema de captação de energia solar a partir do qual mudou a matriz de suprimento de suas operações. Agora, 40% da energia utilizada pela fábrica é produzida por tecnologia limpa.

Outro investimento foi a criação, em 2018, do Worklab, um espaço-conceito na capital paulista para oferecer aos clientes uma espécie de laboratório de experimentação com objetivo de apresentar ao seu público tanto os produtos consagrados quanto os lançamentos da marca. A companhia gaúcha também oferece o Cavaletti Service, atendimento especializado em projetos especiais de cadeiras e poltronas para grandes empresas e instituições

PELO CAMINHO DA INOVAÇÃO ABERTA

A Irani vive um momento que considera histórico e de franco crescimento no setor de embalagens, impulsionada pela alta demanda, pelo *e-commerce* e, particularmente, o *boom* do *delivery* de alimentos desde o início da pandemia, em 2020. “Frente a este momento, enxergamos oportunidades de expansão do nosso negócio e de incremento da inovação”, celebra Fabiano Alves de Oliveira, diretor de pessoas, estratégia e gestão da Irani.

Como parte de sua estratégia de investir e inovar em soluções e materiais cada vez mais sustentáveis para atender as necessidades dos consumidores, a Irani lançou em 2021 a sua linha antimicrobiana, o primeiro papel e embalagem de papel com tecnologia antiviral, antibacteriana e antifúngica do Brasil. A inovação, que inicialmente era aplicada no papel utilizado na produção de caixas e chapas de papelão ondulado e agora está disponível também em bobinas de papel, tem como objetivo garantir maior segurança sanitária aos consumidores, contribuindo para a higiene, saúde e proteção aos produtos que acomoda e às pessoas que manuseiam a embalagem.

A estratégia de P&D da Irani está estruturada em plataformas tecnológicas dedicadas a seus principais temas de negócios. Atualmente, são quatro: papel e celulose, papelão ondulado, área florestal e de resina, ambiental e energia. As plataformas, que atuam em 17 temas prioritários, desenvolveram mais de 48 projetos somente no ano de 2021. Além disso, a empresa conta com um time de P&D, Inovação, assistência técnica e

comercial dedicado à identificação de novas oportunidades de inovação junto aos clientes, tendências de mercado e novas demandas de consumo. Quando o assunto é inovação aberta e relacionamento com o ecossistema, o protagonismo é do Irani Labs, programa de inovação aberta para conexão com *startups* lançado em 2020. Para avançar ainda mais no tema, em 2021 foi criada a Irani Ventures, veículo de investimento e aceleração de *startups* de alto impacto e de desenvolvimento de novos negócios, com investimento inicial de cerca de R\$ 1 milhão. Em parceria com a gestora de investimentos GROW+, as *startups* terão acesso ao Programa de Aceleração 10-Week Labs, onde passarão por um processo de imersão e alavancagem com capital intelectual, envolvendo suporte operacional, mentoria e *networking*.

Além disso, a Irani tem desenvolvido uma crescente interação com centros de pesquisa no Brasil e no exterior, principalmente França e Israel. “Temos elevado o número de conexões com universidades, fornecedores e *startups*, por meio de acordos de cooperação técnica, contratos de desenvolvimento coletivo e lançamento de desafios tecnológicos”, conta Oliveira. Atualmente, cerca de 80% dos projetos de P&D em andamento na empresa são de inovação aberta. “Em 2021, por exemplo, desenvolvemos principalmente projetos utilizando inteligência artificial no controle de processos, tecnologias relacionadas à validade dos produtos perecíveis nas embalagens e soluções voltadas à qualidade no processo de desenvolvimento de embalagens de papelão ondulado”, detalha.



TORNANDO O LAR MAIS DOCE



A presidente da Termolar tem um modo simples de definir qual é o melhor retorno ambicionado pela fabricante tradicional de garrafas térmicas. É perguntar-se o quanto um novo produto facilita o dia a dia dos clientes. “Nosso trabalho”, afirma Natalie Ardrizzo, “é orientado para desenvolver produtos que façam a diferença na vida das pessoas.” Sob esta ótica, a empresa destaca dois projetos inovadores de 2021: o bule Luna com infusor, que conserva a temperatura de líquidos quentes e frios por 12h e 24h, respectivamente; e o copo Moove, que marcou a volta da Termolar ao segmento de produtos para hidratação individual. O destaque deste produto está nos materiais utilizados: é um copo térmico desenvolvido com alta tecnologia de conservação térmica, que garante a bebida gelada por 10 horas ou quente por até 4 horas.

Para a Termolar, o ano de 2021 seguiu como um período de adaptação ao contexto de incertezas advindas da pandemia. Mas também foi um ano para reafirmar a convicção nos projetos estratégicos da companhia. “No campo da inovação, o projeto de mudança cultural é um dos que mais receberam recursos”, afirma Natalie. Na área de desenvolvimento de novos produtos, boa parte da energia da empresa também se concentrou em outros lançamentos: a linha de copos Pub, Uniq e a cuia Tupi, todos em aço inox especial e isolamento a

vácuo, garantindo alta performance em conservação. “É um movimento que fizemos para atender a necessidade de consumidores exigentes, que buscam a garantia de performance e praticidade”, complementa.

O processo de inovação na Termolar segue uma lei implacável. São descartadas quaisquer possibilidades, embora tenham algum mérito, que não carreguem consigo um diferencial percebido pelos clientes. “O pioneirismo é um pilar da nossa cultura e este filtro facilita bastante o processo”, explica. A fase mais complexa tem sido a etapa de desenvolvimento. Em meio a um cenário de incertezas, a empresa precisou desenvolver a capacidade de se adaptar constantemente para acompanhar as oscilações dos custos de insumos. Mesmo com tantas mudanças, uma estratégia segue ajudando: o relacionamento com centros de tecnologia no Brasil e no exterior. A Termolar conta com vários projetos nesse sentido, desde parcerias para a realização de ensaios de qualidade até o desenvolvimento de insumos alternativos ou de novos produtos. Recentemente, a empresa também participou do programa *Startup Lab*, promovido pelo governo gaúcho, oportunidade para fazer contato com o ecossistema de inovação do Rio Grande do Sul, interagir com startups e aprofundar-se em temas relacionados às tecnologias emergentes, como Indústria 4.0.

FAZER DIFERENTE – E MELHOR

Em 2021, a Epavi investiu 3,4% de seu faturamento em Pesquisa & Desenvolvimento, mas não foi apenas o aporte financeiro que garantiu a ela um lugar no *ranking* das Campeãs da Inovação de AMANHÃ e sim uma visão sobre o objetivo final de ter idéias e aplica-las. “É o conceito de entender as necessidades internas e externas para, de algum modo, fazer diferente e melhor,” explica João Trindade, diretor da Epavi. “Procuramos melhorar processos, racionalizar o uso de equipamentos e integrar diferentes pessoas, *softwares*, mecanismos e condutas, oportunizando permanentemente que nossos colaboradores escutem o mercado e apresentem as soluções,” completa.

Cientes de que a área de segurança não sobrevive sem inovar em condutas, comportamentos e tecnologias, a Epavi desenvolveu o projeto 360°, que integra vários recursos, como alarmes, câmeras, drones, geradores de névoa, gás neutralizador, controle de acesso, inteligência artificial e portaria remota. O gestor da área, que fez especializações em Israel e Estados Unidos, compareceu por mais de dez anos a todas as conferências anuais da Associação Internacional de Chefes de Polícia e, nos últimos 22 anos, tem acompanhado os eventos do setor em todos os continentes, para estudar os sistemas que são apresentados como novidades. Hoje, a Epavi também trabalha fortemente com produtos fabricados nos Estados Unidos, na Alemanha e na China.

Uma das mais recentes inovações foi desenvolvida por uma empresa parceira, que criou ferramentas de inteligência

artificial usando imagens de câmeras originalmente destinadas à segurança. “Agora está sendo possível usar as mesmas câmeras e indicar aos nossos clientes o ponto da loja que mais vende determinado produto e quais os produtos que, associados por proximidade, potencializam o interesse e a venda. Aproveitamos este desenvolvimento e adaptamos às especificidades do cliente,” conta Trindade. “Está sendo um sucesso.”

Os serviços que trazem melhor retorno à empresa são justamente os que utilizam a mais alta tecnologia. “Nossa principal vantagem competitiva é integrar todos os mecanismos em um software único e produzir resultados rápidos, corretos e que garantam a melhor qualidade de proteção ao patrimônio e à integridade dos clientes.” Com o propósito de se apresentar como um agente em estreita colaboração com o poder público, a Epavi comemora o fato de que alguns tipos de crimes praticados contra o sistema bancário foram praticamente “varridos das estatísticas,” como diz Trindade. “Em grande medida e sem desconsiderar o trabalho das instituições policiais, temos certeza de que nossos sistemas colaboraram para chegarmos a este resultado,” garante Trindade. Para 2022, a Epavi seguirá priorizando a mesma orientação de tecnologia e redirecionando os investimentos quando necessário – afinal, segundo Trindade, uma das características do processo de inovação é justamente avaliar os resultados enquanto o projeto ou plano está em execução.





Química

Prati | PR

TECNOLOGIA CERTIFICADA

Agregar tecnologia é uma obsessão na área de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação da Prati-Donaduzzi. Em um ambiente que está voltado para a geração de novas ideias e para a criatividade, a farmacêutica mobiliza permanentemente suas equipes para a pesquisa e o desenvolvimento de melhorias incrementais, especialmente aquelas que resultam em novas formulações e associações farmacêuticas. Determinada a participar ativamente de todas as etapas da cadeia produtiva e incrementar o conhecimento técnico, a empresa também investe em um parque de química fina, com o objetivo de nacionalizar estratégias e rotas de síntese de fármacos, além de viabilizar futuros estudos para protótipos e ligantes de fármacos.

Pesquisa está na gênese da Prati-Donaduzzi. Em 1993, depois de concluírem doutorado na França, Carmen e Luiz Donaduzzi, retornaram ao Brasil, em busca de oportunidades no campo de pesquisa em biociências. Encontraram o país em um momento de economia difícil e começaram de maneira modesta, produzindo chás e soluções simples. Atualmente com sede em Toledo, a companhia que o casal fundou produz aproximadamente 13 bilhões de doses terapêuticas por ano e gera mais de 4,6 mil empregos, possuindo um dos maiores portfólios de medicamentos genéricos do Brasil e atuando desde 2019 na área de prescrição médica.

Hoje, o grupo é composto, também, pelas empresas Centralpack Indústria de Embalagens, Transportadora,

NDS Distribuidora e Specialità Fine Chemicals. Possui modernos laboratórios de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação e sistema logístico próprio, avanços que só foram possíveis através de uma conversão de importantes fatores: desenvolvimento de pessoas, investimento em tecnologia, rigor com padrões de qualidade e incentivo à inovação.

Todo esse investimento em processos rendeu ao grupo, em julho do ano passado, uma certificação pela NSF International. Agora, a empresa poderá utilizar a marca NSF, que atesta o alto rigor empregado na produção de nutracêuticos da empresa e ajuda os consumidores a identificar produtos que foram testados e certificados de forma independente para atender aos requisitos de qualidade, segurança e rotulagem. Apoiada na certificação NSF, a Prati-Donaduzzi exporta suplementos alimentares desde 2018. Nos últimos dois anos, a empresa obteve as melhores avaliações da instituição em inspeções na planta de nutracêuticos.

O diretor do sistema de qualidade da Prati-Donaduzzi, Luciano Rosado, explica que o processo realizado pelo órgão é rigoroso e, por isso, de alta credibilidade. “A inspeção é realizada uma vez ao ano para verificar o cumprimento das Boas Práticas de Fabricação (GMP) do FDA dos EUA, dentro dos mais altos padrões”, conta. A validação comprova que os produtos da Prati-Donaduzzi estão alinhados com as mais elevadas referências internacionais de segurança e qualidade. Os processos de inovação, naturalmente, são submetidos a um filtro com semelhante nível de exigência.



Refeições coletivas **Apetit** | PR

ALIMENTANDO A INOVAÇÃO

A Apetit considera o capital humano como seu principal fator de transformação e desenvolvimento. “A busca pela inovação deve ser constante em uma empresa, pois ela é essencial para a construção do sucesso e destaque em um cenário cada vez mais competitivo e globalizado”, defende a diretora de desenvolvimento Pamela Manfrin.

A inovação está presente não apenas nos processos e ferramentas da empresa, mas também nas atitudes e modo de pensar. “Dentro da nossa companhia, as pessoas são ouvidas de verdade”, garante. Ao adotar como premissa a melhoria contínua, a Apetit investe e incentiva que todas as áreas proponham ideias voltadas ao desenvolvimento do negócio. Esta é uma forma de escutar os colaboradores e oferecer suporte para que as ideias saiam do papel. “São eles que conhecem a fundo e de forma detalhada os nossos processos”, destaca.

Nessa cultura, qualquer colaborador pode desenvolver um projeto que contribua para a melhoria de algum aspecto dentro da operação. Todas as propostas são acompanhadas pelo gestor do *Project Management Office* (PMO), que oferece metodologia, auxílio no gerenciamento de recursos e acompanhamento em todas as etapas do projeto.

Nos últimos anos, a Apetit vem priorizando a inovação na área tecnológica e nos processos que envolvem a cadeia de abastecimento, investindo fortemente na revisão de processos e implantação de sistemas que permitam acompanhamento dos indicadores com confiabilidade e em tempo real. Com a oferta de serviços de alimentação para empresas se tornando um grande desafio em meio à pandemia, a empresa adaptou seus processos de modo a manter o funcionamento dos negócios. A indústria de congelados foi uma

das apostas da Apetit e se mostrou uma solução bem-sucedida para o momento de pandemia.

“Percebemos que havia uma lacuna no mercado em relação ao abastecimento de pratos prontos com alto valor nutricional e criamos a Izzzi”, relata Pamela, convicta de que a marca oferece refeições congeladas saudáveis ao mercado. Outra marca que surgiu recentemente da parceria com pesquisadores sobre a prática de exercícios físicos é a Nauka, que tem foco em levar alimentação prática e de qualidade para os atletas profissionais e amadores. A marca, que eu russo significa “ciência” é uma parceria entre a Dela Foods e a Sport Training, consultoria mundial em esporte. A Nauka tem como diferencial a preocupação em ser uma solução em alimentação esportiva. Cada prato possui um cálculo de macronutrientes para atender cada especificidade do usuário.

A SAÚDE DO FUTURO

Um dos marcos do processo de inovação do Hospital Moinhos de Vento (HMV) foi a criação, no ano passado, do Centro de Inovação Atrion, que segue um modelo de ecossistema de inovação para promover a colaboração entre diferentes grupos e comunidades, procurando transformar a saúde do futuro. “O nosso objetivo é gerar e ampliar novas possibilidades na área da saúde a partir de tecnologias, serviços, produtos e insumos”, explica Melina Moraes Schuch, gerente de estratégia, inovação e marketing do HMV.

O processo de inovação está baseado em três pilares. O primeiro é o Atrion Inside, que incentiva iniciativas internas ao apoiar ideias que possam gerar negócios sustentáveis ou propor melhorias para os processos já existentes. O segundo, Atrion Connections, busca novidades e melhorias para atender às demandas atuais e futuras a partir de conexões com startups. E por fim, o Atrion Labs faz a conexão com grandes empresas.

“Na nossa percepção, o momento mais crítico é quando precisamos tornar viável para o mercado as nossas ideias e soluções, o que exige dedicação e agilidade para alinhar a ideia interna com as expectativas dos usuários finais”, avalia Melina. O hospital tem utilizado a metodologia MVP (sigla em inglês para *Minimum Viable Product*) para testar soluções na prática e realizar adaptações de forma ágil e eficiente. Outra iniciativa importante do Hospital Moinhos de Vento é sua relação com a Johns

Hopkins Medicine International. A parceria, iniciada em 2013, busca desenvolver especialidades, monitorar e ampliar as melhores práticas assistenciais, além de expandir a atuação em educação e pesquisa. Também facilita a troca de conhecimento entre os médicos brasileiros e os colegas da instituição de Baltimore, nos Estados Unidos.

O hospital gaúcho destaca duas ações com seu parceiro norte-americano, uma focada em medicina e a outra em pesquisa. O *Double Medical Care* é o programa de segunda opinião médica. Com isso, o paciente, junto com o seu médico do HMV, tem a possibilidade de buscar o ponto de vista de um segundo especialista, do Hospital Johns Hopkins, para esclarecer dúvidas sobre diagnóstico, tratamentos e exames. O médico daqui também pode sugerir que o paciente realize o seu tratamento nos Estados Unidos, dando todo o suporte na tradução de documentação, por exemplo.

Em relação à pesquisa, o objetivo é avançar no conhecimento sobre características da população brasileira e criar oportunidades de desenvolver métodos inovadores para o rastreamento e detecção precoce de doenças. “Estamos conduzindo um projeto de mapeamento do perfil genético da população brasileira jovem e saudável por meio de coleta de amostras de saliva. Isso vai permitir o desenvolvimento de diversas soluções aplicadas, como biomarcadores específicos para algumas doenças”, conta Melina.



Tecnologia **BRSupply** | RS

PROPULSORES DE NOVAS IDEIAS

Atenta às necessidades do mercado, a BRSupply se impôs uma rotina de busca de soluções inovadoras que simplifiquem a aquisição de suprimentos indiretos [*aqueles que não têm relação direta com a produção fabril*] pelas empresas. O investimento anual da empresa em P&D gira entre 2% e 4% de sua receita líquida. Todos os caminhos apontam que a digitalização é premissa fundamental no mercado da BRSupply, o que vem reforçando ainda mais o foco da empresa em tecnologia e automatização, na melhoria contínua do desempenho operacional e na excelência no atendimento ao cliente.

Em 2021, a companhia investiu pesado no desenvolvimento da nova plataforma do portal Oceano B2B, na automação de dois centros de distribuição (CD) e no processo de

controle de rastreamento de última milha de entregas. Para 2022, a previsão é investir cerca de 30% mais em ações de melhoria contínua, visando sempre à excelência no atendimento ao cliente e maximizando o nível de satisfação do mercado.

Grande parte dos produtos e processos da empresa surgem de necessidades evidenciadas no dia a dia das empresas, tanto pelo contato dos colaboradores com clientes quanto com fornecedores. “Baseados nessa premissa, nossos colaboradores são instigados a estarem atentos às necessidades do mercado, dos nossos clientes e fornecedores, bem como às melhores práticas de mercado que contribuam com a melhoria de processos e sugestão de novos produtos ao cliente”, explica a empresa em nota a AMANHÃ. A intenção é

desenvolver soluções, através de ferramentas digitais que proporcionem a simplificação da cadeia de suprimentos indiretos, que atendam com excelência a necessidade do cliente e contribuam para a fidelização dos fornecedores.

Um exemplo é o Almoxarifado Virtual, ferramenta desenvolvida para órgãos e empresas públicas. O Almoxarifado Virtual disponibiliza um formato de licitação totalmente inovador e digital, permitindo a gestão de toda a cadeia de suprimentos indiretos de consumo recorrente. Outra forma de inovação é o acompanhamento das práticas internacionais de empresas – um *benchmarking* que procura melhorar ações já executadas e trazê-las para o ambiente e realidade dos clientes e fornecedores da própria BRSupply.



INOVAÇÃO COMO VALOR

Para uma cooperativa de transportes terrestres, nada mais básico que o uso de *pallets*. Com o envolvimento do quadro de funcionários da companhia catarinense, foi possível otimizar a utilização desses equipamentos tão úteis para o dia a dia. O projeto *Palleteasy* tem como preocupação o controle de todas as operações de logística reversa. Ele também auxilia que as filiais utilizem da melhor forma possível os *pallets*. “Com essa plataforma, conseguimos ter visibilidade em tempo real do estoque para efetuar as tratativas reduzindo o impacto ambiental, pois evitamos os descartes de *pallets*”, conta Osni Roman, presidente da Coopercarga.

Há na Coopercarga um programa de ideias chamado de Criação através do qual todos os colaboradores podem criar ideias e soluções para as diferentes áreas de negócios do grupo, que é formado pelas empresas Posto Mar, pela Cooper e pela N&Log. A iniciativa estimula o potencial criativo dos funcionários para desenvolver ideias capazes de otimizar processos que, ao fim e ao cabo, facilitem e agilizem as rotinas administrativas e operacionais – especialmente aquelas que podem gerar impactos diretos ou indiretos ao cliente final, como no caso dos *pallets*.

Cada um dos quase 1300 funcionários do grupo consegue acompanhar toda a sua jornada de “criatividade” dentro da plataforma AEVO. Nela, o colaborador consegue adquirir uma pontuação de acordo com o estágio de desenvolvimento do projeto com sua equipe, do início até a entrega do projeto. Quanto mais ele interage com a ferramenta, mais pontos poderão ser adquiridos ao longo do ano. Após o projeto ser implementado, e de acordo com a pontuação final, o funcionário pode resgatar vários prêmios, de viagens a bônus em dinheiro no valor de até R\$ 3 mil.

O quadro de colaboradores pode contar com o apoio do *Innovation Center*, que contribui com a disseminação da cultura de inovação dentro e fora da empresa. A Coopercarga usa as metodologias de *Open* e de *Closed Innovation* para orientar a equipe no desenho de diversos projetos focados em desenvolvimento e melhorias contínuas. O centro capacitou mais de 1.097 funcionários até hoje, em um total de mais de 6 mil horas de treinamentos. Ao todo, foram computadas 300 ideias inscritas e 20 projetos implantados.

Disposto a integrar os esforços de inovação e sustentabilidade, o Grupo Coopercarga assumiu o compromisso de, até 2026, ter uma frota 100% elétrica nos veículos leves. O trabalho para atingir esse alvo já foi iniciado através da parceria com o Grupo Boticário, do Paraná, em uma operação com frota dedicada do Centro Logístico de Arujá (SP). “A frota elétrica permite que nossas entregas reduzam o impacto ambiental, já que o segmento de transportes precisa buscar alternativas sustentáveis”, sublinha Roman. “Os veículos elétricos, além de reduzirem a poluição ambiental, proporcionam melhor experiência e qualidade de vida no volante, pois os ruídos e emissões sonoras também são reduzidos.”



DA SALA DE AULA À SOCIEDADE

PUCRS busca tanto inovar em seus métodos quanto criar novos empreendedores

Eduarda Pereira

Embora seus mais de 70 anos de existência possam sugerir um perfil tradicional, a Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul exibe um histórico de quase duas décadas de aliança com empresas em prol da inovação. O Parque Científico e Tecnológico da PUCRS (Tecnopuc), responsável por essa ponte, completa, em 2022, 19 anos. “Quando falamos na interação de empresas com universidade, estamos falando de um papel social, porque essa relação é em prol do desenvolvimento da sociedade”, explica a gestora de operações e empreendedorismo do Tecnopuc, Flávia Fiorin. A atenção da universidade para a inovação surge na própria base curricular, com disciplinas dedicadas a incentivar atitudes empreendedoras nos alunos e gerar um impacto que vai muito além da sala de aula. O parque oferece experiências que tiram os alunos teoria e mostram realidades práticas de atuação. “O objetivo é despertar a veia empreen-



Fotos: Divulgação

• Cumprindo um papel social

• Interação entre empresas e universidade resulta em ganhos para a sociedade

dedora nesses nossos talentos, que são possíveis futuros empreendedores. Depois, para aqueles que se identificam, acolhemos e ajudamos a alcançar soluções para as iniciativas que querem desenvolver”, ressalta Flávia. Assim, a universidade se faz presente desde o fomento e apoio ao desenvolvimento

da veia de inovação nos alunos até sua inserção no mercado. Nesta perspectiva, a PUCRS busca as principais referências internacionais e nacionais para se manter conectada às melhores práticas, seguindo a estratégia do que Flávio define como modelo de atuação em rede. Toda vez que a universidade planeja empreender, seja na formação de alunos ou no desenvolvimento de tecnologias, um dos primeiros passos é identificar quem faz parte de sua rede – e aí se incluem instituições de ensino e *players* – ou usuários – de tecnologias aplicáveis. “Quando falamos de pesquisa, temos uma rede internacional de pesquisadores, ecossistemas e empreendedores conectados com os principais parques tecnológicos do mundo que nos geram ideias. Temos

CÂTEDRAS INSPIRADORAS

Universidades gaúchas povoam a categoria Ensino & Pesquisa

1	PUCRS	Porto Alegre	RS
2	Unisinos	São Leopoldo	RS
3	IMED	Passo Fundo	RS
4	UCS	Caxias do Sul	RS
5	Universidade Feevale	Novo Hamburgo	RS

uma boa base, mas não somos completos – a complementação nos faz ter um alcance maior”, defende a gestora de operações e empreendedorismo do Tecnopuc.

A inovação é o principal braço de alcance do conhecimento e geração de valor que a universidade produz. Prova disso foi a atuação da PUCRS durante a pandemia. A universidade integrou o Comitê Científico de Apoio ao Enfrentamento da Pandemia Covid-19, formado pelo governo gaúcho. A inovação é o principal braço de alcance do conhecimento e geração de valor que a universidade produz. Prova disso foi a atuação da PUCRS durante a pandemia do novo coronavírus. A universidade integrou o Comitê Científico de Apoio ao Enfrentamento da Pandemia Covid-19, formado pelo governo gaúcho. Através do Instituto do Cérebro do Rio Grande do Sul (InsCer), reuniu profissionais, professores e pesquisa-

dores da universidade e do Hospital São Lucas na criação de grupos para combater, prevenir e contingenciar a pandemia. O objetivo foi promover um apurado posicionamento técnico-científico para o Rio Grande do Sul, frente a todas as incertezas relacionadas ao comportamento da doença, da imunização ao tratamento. Já o Tecnopuc e o Centro de Apoio do Desenvolvimento Científico e Tecnológico da PUCRS (Ideia) abriram as portas do Tecnopuc Crialab, Tecnopuc FabLab e Tecnopuc Usalab para apoiar soluções relacionadas ao vírus. O alvo era testar e desenvolver iniciativas da comunidade nesses ambientes, como máscaras de proteção para os profissionais da saúde. Na época, o Tecnopuc Fablab doou máscaras e componentes de respiradores para diversas instituições de saúde. Com o objetivo de auxiliar os profissionais que atuaram na área da saúde e que foram diretamente

impactados pela pandemia, o Hospital São Lucas, da PUCRS, lançou o projeto “Conta comigo, estamos juntos”, desenvolvido pelo serviço de psiquiatria para proporcionar acolhida e suporte psicoemocional gratuito a profissionais de todas as áreas do hospital. Para quem buscava manter exercícios físicos mesmo estando em casa, os professores do Parque Esportivo da PUCRS deram dicas de exercícios e sugestões de treinos para serem feitos em casa através do aplicativo gratuito mywellness. “Por isso, entendemos a inovação como uma maneira de efetivamente alcançar em todas as pontas a riqueza do conhecimento e do desenvolvimento acadêmico”, diz Flávia. “E por que não influenciar entornos ainda mais ampliados, como o ecossistema nacional de inovação e empreendedorismo?”, sugere ela. “Afinal, é por meio da inovação que a produção acadêmica chega às pessoas.”



Uma teia de oportunidades

PUCRS busca referências no Brasil e no exterior para suas iniciativas

UM NOVO CONCEITO DE IR AO BANCO

Do open banking ao real digital, nada será como antes no modelo de negócios do sistema financeiro e na experiência dos clientes. E esta transformação tem as digitais do Banrisul

Marcos Graciani

A 18ª edição da pesquisa feita por AMANHÃ e IXL-Center detectou que o Banrisul obteve ótimo desempenho na dimensão que verifica o alinhamento entre a inovação e estratégia de negócios da companhia. Na visão do diretor de TI e inovação banco, Jorge Krug, o processo de transformação digital, que ganhou mais força nos últimos anos, tem exigido das corporações flexibilidade e agilidade para se reinventarem – ou ao menos se adaptarem a cenários de mudanças constantes e muitas vezes radicais. “Para enfrentar esse contexto de incertezas e garantir a sustentabilidade dos negócios, acreditamos que é determinante inovar, seja de maneira incremental ou de modo disruptivo”, justifica Krug.

Para cumprir essa tarefa, o Banrisul se apoia na multidisciplinaridade de conhecimentos trazidos por

funcionários de diversos setores que interagem com os clientes e avaliam suas experiências de consumo. Este acervo de visões resulta em idéias e proposições que podem representar desde uma melhoria incremental para um produto ou serviço já existente até uma disrupção radical. É uma construção coletiva e sempre sintonizada com a perspectiva dos usuários do serviço, especialmente nas fases de prototipação e validação, para chegar a um resultado final que entregue o valor esperado. Atualmente, esse processo é conduzido pela diretoria de TI e inovação através da unidade de transformação digital.

Outra vertente é a das *startups*. Com a busca pela colaboração e troca de conhecimento, foi criado um programa de inovação aberta, BanriHub, e um programa de aceleração de *startups*, o BanriTech. Em sua primeira

edição, em 2021, o BanriTech acelerou 30 startups. Durante o primeiro ciclo, várias lideranças do Banrisul atuaram como mentores e as várias unidades de negócio e tecnologia abriram as portas para diálogos que redundaram em descobertas e validações importantes para o desenvolvimento – e em alguns casos pivotagem – das *startups*. Em 2022, o BanriTech terá o segundo ciclo com mais 30 *startups* aceleradas, mesclando eventos virtuais e presenciais com os empreendedores. O processo de seleção aconteceu em fevereiro e março, com o ciclo iniciando em abril e previsto para se encerrar em setembro com o BanriTech Pitch Day, no qual as dez startups mais representativas apresentarão seu pitch para uma banca qualificada de executivos do Banrisul, investidores e nomes relevantes do ecossistema de inovação. “Para uma empresa quase centenária essa aproximação é fundamental para oxigenar nossa estrutura e ampliar a visão sobre modelos de negócio e experiência dos clientes”, sustenta Krug.

O êxito na condução deste processo rende ao Banrisul um reconhecimento que vai além das fronteiras regionais de sua atuação. Tanto que o banco gaúcho vem participando ativamente em grupos de trabalho e projetos que repensam a atividade bancária no âmbito do Banco Central e, institucionalmente, da Federação

LIDERANÇA INÉDITA

Banrisul passa a encabeçar o ranking de AMANHÃ e IXL-Center na categoria que destaca empresas estatais e filantrópicas

1	Banrisul	Porto Alegre	RS
2	Sanepar	Curitiba	PR
3	Corsan	Porto Alegre	RS
4	Hospital Pequeno Príncipe	Curitiba	PR
5	BRDE	Porto Alegre	RS



Revolução na ponta dos dedos

Mais do que apenas se adaptar, Banrisul quer estar à frente das soluções digitais

Brasileira dos Bancos (Febraban). A discussão de maior destaque, atualmente, envolve a criação do CBDC do Banco Central, o Real Digital. Dentro da Febraban, o Banrisul integra o grupo consultivo de novas tecnologias e toma parte na elaboração de propostas para o laboratório de inovação do Banco Central. Esse protagonismo não é de agora. O Banrisul teve uma atuação relevante na implantação, pelo Banco Central, das várias fases do *Open Banking*, construindo e apontando caminhos para o setor ao desenvolver soluções que soluções conquistaram certificação de forma ágil e efetiva.

Todo esse percurso prepara o banco para outra revolução aguardada pelo sistema financeiro. Krug projeta

que o setor bancário deverá se tornar ainda mais ubíquo e não perceptível no cotidiano da população. Um dos fatores fundamentais para isso é a digitalização dos serviços e da moeda, que acabam por transformar o conceito de “ir ao banco”. Mas há também o desafio de se adaptar à crescente abertura do sistema financeiro, um processo que de certa forma acaba por transformar os vários agentes do mercado em bancos, visto que podem agregar a oferta de crédito, produtos e serviços legitimamente bancários na sua prateleira e ampliar a experiência de consumo de seus clientes.

“Acreditamos que os bancos devem aprofundar a transformação de seus modelos de negócios, ampliando as possibilidades de atingir novos

mercados em diferentes segmentos de atuação”, vislumbra Krug. Dentre as tecnologias que devem ser aperfeiçoadas estão o comando de voz e uso da inteligência artificial com maior profundidade para melhoria de resultados, eficiência operacional e para o desenho e redesenho de modelos de negócio. Não sem razão os investimentos feitos pelo banco na área contemplam algumas dessas tecnologias. O Banrisul é o investidor máster no NAVI, hub voltado para projetos de inteligência artificial no Tecnopuc, o parque tecnológico da PUCRS. O aporte financeiro do banco também abrange diversas linhas de negócio já aplicadas e previstas para o ano, como o agronegócio e a infraestrutura de TI.

SIGA AQUELE PROBLEMA

Para a Sirros, inovar começa por resolver uma dificuldade concreta

Eduarda Pereira

A gaúcha Sirros nasceu em 2016 com apenas quatro sócios e um propósito que muitos não entendiam bem na época: explorar o conceito de IoT, sigla em inglês para Internet das Coisas. Antes de ser uma fraqueza, a postura da Sirros representava uma ousadia: oferecer a pequenas e médias indústrias soluções tecnológicas diferenciadas, inéditas no mercado, com o propósito de resolver problemas expressivos dos clientes. Basicamente, vendia um mix que incluía, entre outros itens, equipamento físico eletrônico, câmeras computacionais, sensores e placas eletrônicas para captar informações do chão de fábrica.

Logo ficou claro que havia uma oportunidade: ganhar espaço, também, entre empresas de grande porte. “Geralmente, empresas grandes compram de outras grandes. Mas, quando viram que tínhamos uma tecnologia superior ao que se tinha no mercado e com um custo mais acessível, começou a fazer sentido para elas”, recorda Diego Schlindwein, *head* de

operações da empresa. “Se fôssemos fazer um paralelo, seria como táxi e Uber”, ilustra Diego. “Ambos são carros e levam o cliente ao lugar desejado, mas o Uber vem sendo o preferido pela praticidade, digitalização, custo e experiência que oferece. Nossa tecnologia é nessa linha, similar ao que já se tinha no mercado, mas com uma experiência e usabilidade diferentes daquelas com as quais estavam acostumados a lidar.”

O primeiro grande cliente chegou em 2018. O Grupo Randon contratou a Sirros para implantar dispositivos IoT e digitalizar operações que faziam uso de máquinas antigas. O resultado foi um ganho de produtividade de 5%, e a Randon desafiou a empresa a avançar neste processo e dobrar o percentual. Isso fez com que a Sirros desse uma guinada e mudasse o foco de pequenas e médias empresas para grandes corporações. Desde então, passou a atender a Fras-le e outras empresas do grupo Randon. Usiminas, BRF, Ambev e Suzano logo juntaram-se à cartela.

Hoje em dia, a Sirros já conta com uma equipe de cerca de 35 pessoas, e vem dobrando anualmente de tamanho em termos de faturamento e amplitude da operação mesmo sem nunca ter captado investimento. “Nós nos consideramos *bootstrap*, sempre crescendo com recurso próprio que a própria empresa gera”, explica Schlindwein. Em 2022, a Sirros passará pela sua primeira captação de recursos, focada em continuar dobrando o crescimento anualmente por pelo menos mais três anos. O objetivo é estender ao restante do Brasil o atendimento já presente no Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, Minas Gerais e São Paulo.

Para uma empresa que já nasce com o propósito de inovar, manter-se atualizada parece mais fácil. Mas a Sirros não para por aí. Além de se fazer presente em eventos e feiras nacionais e internacionais, está constantemente captando novidades pelo mundo e importando tecnologias para usar por aqui. Outra estratégia importante é desenvolver as tecnologias a partir das próprias necessidades dos clientes. “Não inovamos por inovar. É sempre com objetivo, de forma a entender o que o cliente quer”, ressaltava Schlindwein.

Internamente, a Sirros também organiza seus processos de maneira a incentivar a inovação. O CEO, Romulo Pehls, é diretamente conectado com o setor de pesquisa e desenvolvimento, preocupado em criar times e grupos de estudo internos focados exclusivamente em pesquisar novas tecnologias,

PEQUENAS NOTÁVEIS

Elas provam que é possível inovar independentemente do porte

1	Sirros IoT	Novo Hamburgo	RS
2	uMov.me Tecnologia	Porto Alegre	RS
3	Materialize	Curitiba	PR
4	Softfocus	Pato Branco	PR
5	Hospidata	Porto Alegre	RS

*Empresas que possuíam, segundo os critérios de AMANHÃ e IXL-Center, entre 20 e 100 funcionários quando preencheram o questionário



Divulgação

Trabalho em equipe

Internamente, a Sirros organiza seus processos montando times de pesquisa

comprar equipamentos de fora do país e desenvolver novidades. Uma das mais recentes invenções foi a implantação de câmeras nanocomputacionais em empilhadeiras para evitar atropelamentos no chão de fábrica. Pensado a partir do pedido de um cliente, a Sirros aposta que o produto possa ser o carro-chefe do crescimento em 2022 e 2023. “Estudamos como resolver, perguntamos para outros clientes se eles tinham o mesmo problema e vários tinham. E aí vamos entendendo a oportunidade de inovação onde ninguém ocupa o espaço”, explica o *head* de operações. As câmeras para empilhadeiras já estão rodando de maneira piloto em pelo menos cinco grandes empresas do Brasil e seguem sendo aprimoradas conforme necessário.

Para Schlindwein, o crescimento expressivo da Sirros se deve à valorização que as empresas vêm dando para a Internet das Coisas e à crescente necessidade de ganho de produtividade. “Por isso a empresa busca digitalizar. O mundo do IoT industrial é grande,



com cidades inteligentes, carros conectados e mais gente atuando nessa linha. Nosso foco é produzir mais com menos de forma segura”, sintetiza. “É impossível resolver problemas que temos hoje relacionados à produtividade e segurança industrial sem IoT. Anotar as coisas no papel e depois passar para uma planilha do Excel não cabe mais, é extremamente ineficiente e muito caro.” Em outra área, a de segurança do trabalho, caem por terra práticas como a de contratar técnicos de segurança para andarem pelo chão de fábrica. “Isso pode ser substituído por uma câmera que faça este trabalho 24 horas por dia, enquanto o técnico fica liberado para definir estratégias de acordo com o que é observado”, exemplifica Schlindwein.

COOPERAÇÃO DE RESULTADOS

A inovação recebeu o maior impulso na Lar a partir do momento em que a cooperativa fez com que os funcionários sugerissem ideias de melhoria em processos e produtos

Marcos Graciani

Foi a partir de um programa de ideias envolvendo todos os funcionários que a Lar, cooperativa sediada em Medianeira, no oeste do Paraná, fez com que a inovação tomasse impulso. “Costumamos dizer que o funcionário, que está no dia a dia atuando em diferentes áreas, é quem sabe o que precisa ser melhorado em cada processo, e valorizamos muito isso”, destaca Irineo da Costa Rodrigues, diretor-presidente da Lar, a campeã da categoria especial “Cooperativas de Produção”, introduzida pela primeira vez nesta 18ª edição do *ranking* de AMANHÃ e IXL-Center. “Cada regulamentação diferente de um equipamento pode reduzir perdas, e cada funcionário pode trazer a ideia de uma nova forma de fazer determinada atividade de maneira mais segura e confiável.”

Um dos projetos contemplados foi o “AvIoT: Avicultura Conectada, Inteligente e Otimizada”, que atra-

vés de tecnologia IoT (Internet das Coisas) propõe o monitoramento constante de aviários em fatores de ambiência como umidade, temperatura, gases e qualidade da água. Por trás do “AvIoT” estão Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), a Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), o Instituto de Engenharia de Sistemas e Computadores, Pesquisa e Desenvolvimento do Brasil (INESC P&D Brasil) e a Trinovati Tecnologia. A expectativa é de que até agosto deste ano o produto seja validado para ser comercializado pela *startup* e possa ganhar escala suficiente para atender a cadeia avícola de cooperativas e empresas que atuem no ramo.

Em março a Lar também foi contemplada no Edital Sesi Tech de 2019, formalizando parceria com o Instituto Senai de Tecnologia e Inovação no Paraná. Está em desenvolvimento um equipamento para automatizar a construção de pallets

na unidade industrial de soja de Céu Azul, poupando os funcionários de lesões por esforço repetitivo e outros problemas de ergonomia. Além de segurança no trabalho, a Lar ganhará em eficiência: a construção de pallets será otimizada, já que a expectativa de produção da máquina é de um pallet por minuto.

A Lar também tem uma relação intensa com *startups*. “Temos o canal aberto para receber essas empresas que possam trazer soluções que nos atendam”, conta Rodrigues. Estas possibilidades são detectadas em eventos como o Workshop Parceiros da Inovação, por meio dos quais a cooperativa faz uma avaliação dos produtos e serviços de terceiros. Em 2021, a Lar realizou em parceria com o Parque Tecnológico de Itaipu o Agrodayer, que reuniu mais de 50 *startups* interessadas em expor suas soluções. À época, a Lar estava patinando na tentativa de fazer ajustes em um software de atualização do mercado de commodities agrícolas e derivativos que havia adquirido. Graças ao programa Parceiros da Inovação, diretores da cooperativa conheceram um software que já estava pronto e apresentava qualidade superior.

Outro avanço colhido destes encontros foi a contratação de uma *startup* para o monitoramento das condições de armazenagem. A nova solução faz uso de sensores que dão ao gestor a condição de poder atuar de

DISTINÇÃO PARA QUEM SEMEIA NOVAS IDEIAS NO CAMPO

Cooperativas do Paraná são destaque na categoria de estreia das Campeãs

1	Lar Coop. Agroindustrial	Medianeira	PR
2	Frimesa Cooperativa Central	Medianeira	PR
3	Coopavel Coop. Agroind.	Cascavel	PR
4	Frisia Agroind. Cooperativa	Carambeí	PR
5	Coop. Aurora Alimentos	Chapecó	SC



Divulgação

Juntos pela inovação

A cooperativa Lar valoriza a experiência do dia a dia de cada funcionário

maneira fácil e imediata na massa de grãos, evitando perdas por aumento de temperatura e umidade.

Os produtores associados também são chamados a colaborar com a geração de ideias. A Lar Instituiu um comitê de inovação com o objetivo de capacitar os cooperados, também, difundir a cultura da inovação entre eles. Diferentes encontros foram realizados com grupos específicos de produtores organizados por atividade – como suínos, aves e agricultura, de forma a conhecer suas carências e averiguar como a cooperativa poderia contribuir com soluções. “Essas dores dos nossos associados podem ser eliminadas ou minimizadas com o uso de aplicativos, novos processos internos ou mesmo novos produtos

que serão buscados junto aos fornecedores”, explica Rodrigues.

Tecnologia como aliada

Determinada a usar a tecnologia de maneira permanente, recentemente a Lar Cooperativa Industrial instituiu o que chamou de Tech Radar, iniciativa que relaciona prioridades relacionadas com o setor de TI. Hoje a cooperativa possui aplicativos que facilitam a rotina dos técnicos agrícolas e veterinários. Os apps agilizam a coleta de dados e também alimentam, com informações em tempo real, os sistemas da cooperativa. Outro exemplo é o uso dos *Robotic Process Automation* para reduzir a necessidade de interação humana em processos repetitivos.

Uma atividade de consulta de situação dos produtores em relação às licenças ambientais, que demorava dois minutos para cada licença, hoje é feita em dez segundos. O aplicativo Lar em Casa oferece a comodidade do cliente fazer seus pedidos de supermercado via celular e receber a mercadoria em sua residência. Ainda na rede de varejo, os cupons para as premiações por fidelidade estão todos digitalizados. Para os associados, a cooperativa disponibiliza o app Lar Digital, que permite ao produtor fazer todas as consultas de sua movimentação como cooperado. Segundo Rodrigues, em breve o associado poderá também fazer operações financeiras com a venda de produção e liquidação de títulos.

O SINDILOJAS PORTO ALEGRE TEM UMA IDEIA PARA VENDER

Quer se firmar como o primeiro sindicato no Brasil a ter um hub para mudar a cabeça do varejista

Katherine Cifali

A inclusão da tecnologia na vida dos lojistas é a grande aposta do Sindicato dos Lojistas do Comércio de Porto Alegre (Sindilojas). A entidade fundada em 1937 entende que a inovação e capacitação digital são o futuro do setor. A porta de entrada para esse novo mundo começou com a Feira Brasileira do Varejo, realizada pela entidade desde 2013. No evento anual, que teve sua 9ª edição em maio passado, são convidados especialmente os pequenos e médios varejistas. São eles que conferem de perto as tendências e os protagonistas de um novo modo de fazer comércio, conhecendo as novidades apresentadas pelos expositores e as experiências que os palestrantes compartilham no congresso. Outra forma que o sindicato encontrou de aproximar as empresas são os cursos e o 'Café com Lojistas,' evento mensal

que traz conteúdo em formato de palestra e proporciona networking aos varejistas. Um passo importante nesta direção foi a decisão de criar, em 2021, o Co.nectar, um *hub* idealizado com o propósito de encorajar o lojista a correr certos riscos na jornada de preparação de sua empresa para a nova economia.

“O Co.nectar Hub é um laboratório para o lojista aprender, experimentar, testar – validando ou não – e implementar no seu negócio as inovações que ele precisa. Mas, para isso, ele precisa querer e se dedicar para conviver nesse meio da inovação”, conta Alexandre Peixoto, superintendente do Sindilojas. Faz parte do mix de incentivos a realização de workshops gratuitos, entre outros eventos, e até o oferecimento aos associados de um estúdio equipado para produzir fotografia de produtos e inclusive *liveshops*, espécie de pro-

grama de TV que une vendas ao vivo e entretenimento.

O *hub*, que está dando os primeiros passos, se apresenta aos empresários como um convite ao desenvolvimento de uma nova mentalidade que os faça avançar em seus negócios. Foi concebido especialmente para os pequenos e médios lojistas, por uma razão simples. Como geralmente são eles os responsáveis por dar conta de todas as rotinas da empresa, optam por buscar inovações pontuais no mercado. Segundo Peixoto, o Sindilojas Porto Alegre é o primeiro sindicato do segmento no Brasil a ter um *hub* e é um dos propulsores de um contexto inicial de transformação do setor. “Entendemos que esse pouco tempo de mercado ainda não é suficiente para medir um modelo de negócio que se propõe a engrandecer o varejo por meio da inovação”, afirma Peixoto. Porém, mesmo que esse ainda seja um começo nos planos do sindicato de implementar a transformação digital, os *feedbacks* recebidos de lojistas e de *startups* participantes do Co.nectar Hub têm sido positivos, garante Peixoto.

Em um movimento inicial, a maioria dos empresários procura o *hub* em busca de maior digitalização dos processos dos negócios e de

A INOVAÇÃO E A CAPACITAÇÃO DIGITAL SÃO O FUTURO DO COMÉRCIO

Sindilojas Porto Alegre dissemina uma nova mentalidade empresarial

1	Sindilojas Porto Alegre	Porto Alegre	RS
2	SESI-RS	Porto Alegre	RS
3	ADVB-RS	Porto Alegre	RS

aperfeiçoamento das vendas online. “Seja por meio dos workshops ou dos contatos feitos, os associados encontram o que procuram. Ainda assim, entendemos que para que consigamos cumprir com a nossa missão, que é de impactar positivamente a cultura do varejo local, precisamos receber a procura de muitos mais lojistas,” admite o superintendente. Para concretizar este objetivo, o Sindilojas prepara uma espécie de mapa, intitulado ‘roadmap da inovação’. Nele o empresário tem acesso aos conteúdos, mentorias e profunda conexão com o ecossistema de inovação da capital gaúcha. A médio prazo, o sindicato ambiciona consolidar o Co.nectar Hub como o ambiente de inovação dos negócios de Porto Alegre e região metropolitana.

Empossado como presidente do Sindilojas desde abril de 2022, Arcione Piva pretende colocar em marcha ações que façam frente ao rescaldo dramático da pandemia, como a queda nas vendas e fechamento de lojas. Em seu arsenal, inclui-se o fortalecimento do Portal Inspiração, criado em 2020, para concentrar informações e conteúdos relevantes para as empresas mais atingidas pela pandemia, assim como a realização de lives semanais para incentivar os associados a implementarem suas ideias. A visão de Peixoto, o superintendente do Sindilojas, é de que o caminho da recuperação passa por uma reestruturação dos negócios na direção de um comércio cada vez mais online. Ele acredita que hoje muitos lojistas se deram conta da urgência dessa adaptação e estão correndo atrás de profissionais capacitados para ajudá-los com os novos formatos de venda. “Estão entendendo, cada vez mais, que precisam tornar o seu negócio híbrido, e não



Divulgação

• Para aprender, experimentar e testar • O Co.nectar Hub é um convite a uma nova mentalidade empresarial

ser somente físico ou digital”, diagnostica. Para auxiliar nesse processo de digitalização, o sindicato passou a disponibilizar aos associados consultoria no que chamam de ‘Experiência do Usuário no Varejo’.

O Sindilojas acredita que essa travessia não será plena se os lojistas, como um todo, deixarem de atentar para a importância da educação como o caminho único rumo à transformação. Por isso, o sindicato tem aproximado seus associados das uni-

versidades, apoiado na crença de que a academia tem como uma de duas principais tarefas a de transformar a mentalidade das pessoas, impulsioná-las para a inovação. “Entendemos que a responsabilidade por inovar, na prática, a partir do conhecimento adquirido, é também dos demais agentes do mercado, das empresas e dos profissionais, pois inovação tem de ser viável comercialmente.” Enfatiza Peixoto. “Caso contrário, não se confirma, não tem valor.”

A STARTUP QUE NÃO TEM MEDO DE ERRAR

O espírito empreendedor de dois amigos fez da catarinense Razonet a primeira empresa do ramo contábil a se posicionar como digital no Brasil

Katherine Cifali

Para empreender, além de muita energia para tirar a ideia do papel, é necessário saber lidar com a burocracia e a administração do negócio. Nesses casos, o caminho natural é recorrer aos contadores. Em 2019, dois empresários com vasta experiência na área diagnosticaram essa demanda e fundaram, em Joaçaba (SC), a Razonet Contabilidade Digital. Odivan Cargnin, CFO do Grupo Habitasul, se uniu ao amigo e dono do Contassesc, escritório tradicional de contabilidade, Valdenir Menegat. O objetivo da dupla foi colocar de pé uma *startup* de contabilidade 100% digital focada em pequenas empresas. O espírito empreendedor de Cargnin e Menegat fizeram da Razonet a primei-

CONTABILIZANDO CONQUISTAS

Razonet conquista o topo na categoria direcionada às startups do Sul

1	Razonet Contabilidade Digital	Joaçaba	SC
2	Privacy Tools	Porto Alegre	RS
3	TerraMares Sol. Ambientais	Rio Grande	RS
4	Syx	Campo Largo	PR
5	Roboagro	Caxias do Sul	RS

ra empresa do ramo a se posicionar como digital.

Pelo aplicativo, com um design atraente e intuitivo, são realizados serviços contábeis completos, como a abertura de empresas, emissão e cálculo da folha de pagamento dos

impostos ou mesmo envio de declarações. A grande distinção da iniciativa pioneira no digital é a presença de um atendimento humanizado e com foco no cliente. “Nosso diferencial hoje é poder chegar a todos os empresários com um atendimento humanizado, de excelência, voltado ao cliente e com valores acessíveis”, destaca a CEO Luana Menegat.

A trajetória bem-sucedida da Razonet se apoia em alguns princípios de gestão. Entre eles, a crença de que errar é natural e deve ser visto como parte processo de aprimoramento da plataforma. Segundo Luana, a experimentação é o que leva à excelência e à melhor solução. Ela faz questão de frisar que um dos maiores diferenciais da Razonet foi deixar de lado a cautela das empresas tradicionais, que tem como consequência engessamento dos procedimentos operacionais. “Cada erro é visto como um gap onde é possível implementar uma melhoria”, ensina.



Fotos: Divulgação

- **Em busca da excelência**
- Equipe da startup catarinense busca oferecer um atendimento humanizado

No início da pandemia, a Razonet teve a expectativa de que conquistaria muitos clientes novos entre empresas de pequeno porte que, diante de uma situação de vulnerabilidade em seus mercados, procurariam novos fornecedores com custos mais em conta. Porém, a maioria das PMEs se apoiou no que já conhecia, priorizando a fidelidade e segurança dos modelos. Restou à startup uma nova estratégia: oferecer os serviços para clientes que estavam enfrentando severas dificuldades econômicas e precisando de linhas de crédito para não fechar as portas.

“Fizemos, então, um programa de capacitação para administração das empresas em momentos de crise”, conta a executiva. A Razonet promoveu um webinar que durou uma semana e contou com nomes de peso como mentores. Foi aberto a todo o público, não somente aos clientes, com um apelo enfático no sentido de apresentar conteúdos que ajudassem as empresas a enfrentar a crise. As adaptações na estratégia de ação levaram a startup de contabilidade digital a ganhar crescimento exponencial, passando de 208 clientes em 2019 para 886 em 2020. Em 2021, este volume de clientes dobrou. O faturamento quase quadruplicou, alcançando R\$ 1,5 milhão, resultado também beneficiado pelo crescimento da digitalização da economia, que foi potencializada com a pandemia.

A Razonet se comporta como uma central de soluções, disponibilizando o máximo de serviços para dar suporte ao cliente na gestão de seu negócio. O que há em comum entre os clientes da Razonet é a recorrência. Os pacotes de serviços contábeis seguem sendo a operação mais rentável. Na sequência de serviços mais procurados aparecem as certificações digitais, as



• **Errar faz parte do processo**

• Para Luana, cada erro revela um gap onde é possível implementar melhorias

regularizações de pendências empresariais e as alterações contratuais. Mas o foco segue sendo a contabilidade digital, e neste serviço a Razonet prevê investir R\$ 900 mil em 2022. O aporte será direcionado para o desenvolvimento de automações e cursos. Outra fatia irá para a fintech Razonet Bank, lançada em março. Ela tem entre seus serviços maquininha de cartão para lojistas, cartão de crédito pré-pago, linhas de crédito especiais por ramo de atuação, entre outros. A fintech, assim como a Contabilidade Digital, espera conquistar mais mil clientes no primeiro ano de atividade.

Além das diferentes linhas de atuação, a startup também contempla o Razonet Labs, que busca desenvolver ações paralelas com o propósito de trazer soluções para os clientes

e agregar valor aos serviços. A ideia da *fintech*, inclusive, partiu desse laboratório. A área operará ao longo do ano testando e validando algumas ideias que ainda não saíram do papel. Como pioneira na contabilidade digital, a Razonet não se preocupou em olhar para a concorrência. Dentro da filosofia da Razonet, aliás, validar as ações de similares do setor pode limitar o crescimento. “As apostas em tecnologias desenvolvidas devem partir dos processos de inovação, do constante redesenho de procedimentos, da necessidade interna baseada em diagnósticos da empresa e, claro, das dores dos clientes”, conta Luana, revelando o segredo que guindou a companhia ao topo na categoria Startups na 18ª edição de Campeãs da Inovação.

Campeões da Inovação AMANHÃ

**A 18ª EDIÇÃO DO RANKING DE AMANHÃ E IXL-CENTER
JOGOU LUZ SOBRE A IMPORTÂNCIA DA INOVAÇÃO
SEMPRE LEVAR EM CONTA ASPECTOS AMBIENTAIS,
SOCIAIS E DE GOVERNANÇA**



Campeões da
Inovação
2022





Escaneie este QR Code
no celular para conferir
o evento na íntegra

informe especial

Inovação e sustentabilidade atingem objetivos comuns. Essa foi uma das principais conclusões do Webinar “Greenovate: Inovação no conceito ESG” realizado no dia 23 de maio. O evento, que também revelou o ranking da 18ª edição de Campeãs da Inovação, foi transmitido ao vivo pelo canal do YouTube do Grupo AMANHÃ. A iniciativa contou com os apoios da Dell Technologies, Porto Itapoá, Taurus e Cavaletti. “Campeãs da Inovação é um reconhecimento internacional baseado na metodologia do Gimi que permite comparar indicadores com empresas e setores de outros países”, recordou Jorge Polydoro, Publisher do Grupo AMANHÃ, ao abrir o evento.

Também na abertura, Hitendra Patel, diretor geral e presidente do IXL Center, mostrou o livro “Greenovate! – Companies Innovating to Create a More Sustainable World”, escrito por ele, Tyler McNally e Ronald Jonash, que foi reportagem de Capa de AMANHÃ em junho de 2010. “Há mais de dez anos, a revista AMANHÃ se antecipou ao me perguntar como seria o futuro. E eu disse que seria Greenovate. Escrevemos este livro e, neste livro, fizemos perguntas: e se pudéssemos ter energia que não provinda de petróleo e gás? Em menos de 10 anos, painéis solares vieram e se tornaram mais barato que o petróleo”, lembrou. “Greenovate foi o predecessor do que agora tornou-se sustentabilidade. E hoje, todos esses trabalhos chegam ao tema de meio ambiente, social e governança”, destacou.

O debate, mediado por Eugênio Esber, diretor de Redação de AMANHÃ, teve as participações de Elder Rapachi, diretor de Novos Negócios na Gerdau Next, e Pedro Wongtschowski, presidente do Conselho de Administração do Grupo Ultra, que também preside o Conselho da Associação Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento das Empresas Inovadoras (Anpei). Carlos Schneider, presidente da Ciser; Claudio Stabile, CEO da Sanepar; e

Fernando Onosaki, sócio-diretor do IXL-Center, completaram o painel. A inovação, para se revelar um sucesso de mercado, precisa responder a necessidades de curto prazo. Já a sustentabilidade acena com um valor a ser criado no longo prazo. Como resolver este descasamento de tempos e prazos? Essa foi uma das perguntas iniciais feitas aos debatedores.

“Inovação não é necessariamente algo complexo e de longo prazo, pois tem de toda natureza. Os efeitos podem ser gerados imediatamente enquanto outros necessitam de um período maior. Com a sustentabilidade acontece a mesma coisa: é possível focar em ações de curto prazo, como trocar fontes de energia ou economizar água, ou ter metas de longo prazo. Ou seja, tanto inovação como sustentabilidade se dão no longo tempo. Toda companhia tem de ter determinado objetivo e cada área trabalha tendo em vista um conjunto de objetivos. Não há disputa. Há alinhamento entre esses dois temas que atingem objetivos comuns”, garantiu Pedro Wongtschowski, presidente do Conselho da Anpei. Elder Rapachi, diretor de Novos Negócios na Gerdau Next, respondeu que a cultura voltada para a inovação é fundamental para qualquer negócio. Ele recordou as várias transformações pelas quais o grupo passou até a criação da Gerdau Next.



Além da Dell Technologies, o Porto Itapoá, a Taurus e a Cavaletti foram apoiadoras do evento

TECNOLOGIA E PESSOAS

A segurança de quem investe
em tecnologia e pessoas.



“Plantamos a semente da inovação aberta desenvolvendo vários ecossistemas e ao traçar nossa estratégia até 2031, definimos pontos importantes, hoje acompanhados por um Comitê de Estratégia e Sustentabilidade que tem uma visa ampla e cujas decisões sempre levam em consideração o conceito ESG”, destacou.

No entender de Carlos Schneider, presidente da Ciser, o grande desafio da inovação em direção à sustentabilidade é tornar essas tarefas economicamente viáveis para as empresas, fatores preponderantes para dar escalabilidade ao negócio. “A transição para produtos, processos e modelos de negócios inovadores deve focar em mudanças incrementais, sempre levando em conta aspectos da sustentabilidade, hoje reconhecidas pela palavra Greenovate ou inovabilidade”, resumiu. Claudio Stabile, presidente da Sanepar, declarou que a cultura corporativa deve ser um fio condutor para unir os temas da sustentabilidade e inovação. Ele contou, por exemplo, que a estatal paranaense promoveu uma grande campanha publicitária

para demonstrar a importância de economizar água durante a estiagem que assolou a região Sul. “Ao terminarmos o processo de rodízio em várias regiões do estado, a população continua a economizar água. Foi uma virada de chave protagonizada pelas pessoas. Sem elas não há dinheiro ou tecnologia que nos leve adiante. Recebemos uma herança, que tem seu preço, e devemos cuidar para deixar também uma herança para as próximas gerações”, alertou. Para Fernando Onosaki, sócio-diretor do IXL-Center, o conceito ESG é um grande aliado da inovação. “Muitas corporações têm dificuldade para explicar como seu propósito de inovação se alinha à estratégia. A sustentabilidade dá essa visão mais clara que a inovação pode ter um alinhamento natural com a agenda ESG”, explicou.

Ao ser perguntado se crises inibem a inovação, Onosaki reiterou que elas, na verdade, dão razão para mudanças e imprimem maior velocidade ao processo. “Vejo como oportunidade, pois os acionistas entenderão alterações no portfólio de produtos, por exemplo,



J único porto entre as 50 empresas mai.
INOVADORAS DO SUL DO BRASIL.



sem contar que períodos difíceis têm o poder de engajar pessoas que se comprometem com os objetivos do negócio com mais afinco”, sublinhou. “Se as crises travassem empresas, não estaríamos aqui. Elas despertam novas ideias e propulsionam a inovação. Em fases como essas, é fundamental controlar custos e catalisar energia da companhia para resolver temas urgentes”, argumentou Rapachi. Schneider lembrou que algumas empresas sofrem mais em crises que outras, porém aquelas que têm problemas com o caixa, podem ter mais dificuldades para capturar oportunidades advindas do processo de inovação. “Aportar recursos em inovação é fundamental. É um caminho necessário não apenas pela sobrevivência no longo e médio prazos, como também para conseguir se sair melhor das crises”, justificou.

Wongtschowski ressaltou que entre os múltiplos objetivos empresariais está atender os acionistas e a sociedade. Por isso, o lucro é basilar para a perenidade dos negócios. “Obter resultado é uma demonstração de compe-

tência e a inovação necessita da rentabilidade para que possa se alocar recursos nessa área. Ele também ajuda que os funcionários tenham um futuro de realizações pessoais e profissionais. O lucro, a inovação e a sustentabilidade são irmãos siameses, pois andam sempre juntos”, comparou. Ao concordar com o presidente da Anpei que “o lucro não deve parecer um pecado, desde que seja fruto de um trabalho sério e honesto”, Stabile lembrou que graças a uma modificação na política de dividendos por parte do governo paranaense – acionista controlador da Sanepar –, a estatal pode ter R\$ 600 milhões em caixa que foram vitais para que a companhia conseguisse passar pela crise advinda do coronavírus como também a escassez hídrica. “Deixamos um legado para a Sanepar e para a sociedade que soube contornar situações difíceis utilizando principalmente a inovação comportamental”, salientou ao destacar mais uma vez como a população segue economizando água, mesmo tendo passado o período mais crítico da seca no Paraná.





QUANDO SEU NEGÓCIO PRATICARÁ GREENOVATION?

O CONCEITO DE INOVAÇÃO VERDE, APRESENTADO POR AMANHÃ HÁ MAIS DE UMA DÉCADA, SE TORNOU AINDA MAIS RELEVANTE COM O AGRAVAMENTO DAS MUDANÇAS CLIMÁTICAS E A AFIRMAÇÃO DE UMA AGENDA ESG

Marcos Graciani

Em meados de abril, a companhia de gestão ambiental Ambipar anunciou a criação da Universo, um empreendimento pensado para ser uma espécie de show room de negócio sustentável. A ideia é comercializar produtos de uso diário desenvolvidos com materiais reciclados a partir dos resíduos provenientes de indústrias clientes da Ambipar. Também utilizará materiais originados de sua operação de pós-consumo, como na foto ao lado. A linha de produtos da nova empresa, que recebeu um aporte inicial de pouco mais de R\$ 2 milhões, é ampla. Inclui luminárias de alumínio e plástico PET reciclados, shampoo e condicionador feitos das sobras de colágeno da indústria farmacêutica e o “ecoálcool” feito de rejeitos de açúcar, milho e arroz, por exemplo. Em sua linha têxtil, a Universo busca mostrar as possibilidades de fabricar tecidos a partir do uso de matérias-

-primas sustentáveis, como tecidos de casca de banana, amido de milho e plástico biodegradável.

Nas palavras do diretor executivo Vinícius Champion, a Ambipar entende que o papel do consumidor final é a chave numa economia circular em que o desperdício seja o mínimo possível. A Universo teria sido criada com o propósito de dar opções de consumo mais consciente para itens de casa e do dia a dia. “Desta forma, chegamos para ajudar a completar o circuito de economia circular com produtos atrativos e com *design* de alto nível, que capturem a preferência dos consumidores”, diz Vinícius. Além de inovar na própria concepção do negócio, a companhia também trabalha para entregar produtos altamente disruptivos. “Já estamos trabalhando com modelagem em 3-D e impressão de objetos com fibra de amido de milho também em 3-D. A inovação de processos produtivos e

uso de resíduos como matéria-prima é uma necessidade para podermos avançar no tema da economia circular”, sustenta o executivo.

O *case* que abre esta reportagem revela que o conceito de *Greenovation*, antecipado por AMANHÃ há doze anos, não apenas tornou-se realidade, como se solidificou e mostra-se vital para os negócios. Ainda mais diante dos constantes alertas de organismos internacionais preocupados com as consequências das mudanças climáticas e seus impactos para o futuro do planeta. No livro *Greenovate! – Companies Innovating to Create a More Sustainable World*, escrito por Hitendra Patel, Tyler McNally e Ronald Jonash, que foi Capa de AMANHÃ em junho de 2010, o termo é definido como tudo aquilo que cria e captura valor ao atender às necessidades do presente sem comprometer a capacidade de as futuras gerações atenderem às suas

próprias necessidades. “A sustentabilidade passou do *status* de desejável para mandatório. O tema abordado em *Greenovate* era focado em inovações relacionadas a essa que até então era uma tendência macro e hoje já é uma realidade com todo movimento global em práticas ESG”, sentencia Patel ao refletir sobre os ensinamentos do livro mais de uma década depois. “Observando um dos nossos programas globais, o *Innovation Olympics*, observamos uma crescente preocupação pela geração de valores sociais e ambientais nas soluções de inovação”, revela. A percepção do especialista é uma unanimidade entre os acadêmicos e gestores ouvidos para esta reportagem.

Caminho sem volta

Para Luciana Hashiba, que se dedica à educação para inovação na FGV EAESP, já faz algum tempo que as empresas no Brasil têm dado mais atenção ao *Greenovate*. Ela, que é es-

pecializada na linha de gestão de operações e competitividade nos temas colaboração e desempenho, inovação e sustentabilidade, vem reparando especialmente em duas formas que as organizações têm encontrado para isso. “Um dos caminhos é remediar o que já está feito, ao reduzir impacto ambiental do que já existe. Outro é começar a desenvolver a inovação já partindo desses princípios, que é um pouco mais raro”, situa. “Já existem empresas fazendo isso e outras terão de entender e começar a desenhar produtos e serviços preocupando-se com sustentabilidade”, defende Luciana.

Outro incentivo tem relação direta com o caixa. A BlackRock, a maior administradora de ativos do mundo, com um recorde de US\$ 10 trilhões sob gestão, desde 2020 coloca a sustentabilidade no centro da estratégia de investimento. E a partir deste ano, quem investir em fundos da companhia será informado do impacto do seu portfólio sobre o clima do planeta.

“Cada vez mais fundos ou mesmo bancos na concessão de crédito, por exemplo, vão olhar com lupa alguns critérios para investir em empresas inovadoras. Um deles é ter práticas ESG comprovadas por métricas”, prevê Philippe Figueiredo, analista da unidade de inovação do Sebrae Nacional. Na visão de Figueiredo, o processo inovador deve, inclusive, abarcar as vertentes *Social* (Social) e *Governance* (Governança), além de *Environmental* (Ambiental), que formam a conhecida sigla em inglês. “Ao se depararem no mercado com um celular inovador, os consumidores vão perguntar se ele é realmente menos impactante para o meio ambiente, quão ética é a fabricante em suas relações com a sociedade, se o *board* da companhia leva em conta a diversidade etcetera”, enumera.

De acordo com o estudo *A Evolução do ESG no Brasil*, realizado pelo Pacto Global em parceria com a Stilingue, investimentos ESG estão



Toda garrafa já foi outra garrafa antes

A Ambev lançou a primeira garrafa de vidro totalmente reciclada, em escala industrial



“O carro elétrico é, e será, o ponto central na revolução da mobilidade. A meta é eletrificar a frota em 20% até 2030 e reduzir em 30% nossa emissão de gases de efeito estufa”

RENATO FRANKLIN
CEO da Movida



no centro da estratégia das maiores instituições financeiras pelos próximos três a cinco anos. Além disso, tanto *Millennials* (nascidos entre 1981 e 1995) quanto membros da geração Z (até 2010) revelam forte interesse por investimentos sustentáveis. Nos últimos anos, 78% dos *Millennials* e 84% dos Zs declararam optar por esse tipo de aplicação. “Neste sentido, o clamor vem da maior percepção sobre o posicionamento e a responsabilidade das empresas acerca de problemas que atingem a vida cotidiana, como por exemplo as mudanças climáticas, a diversidade e inclusão, o apoio às vítimas de uma guerra, ou a mobilização pelo combate à pandemia”, nota Fabrício Luz Lopes, gerente executivo de tecnologia e inovação do Sistema Fiep, do Paraná. “O que se destaca é a crescente busca por empresas capazes de gerar valor a partir de um propósito que faça sentido para sua cadeia, o que só

é possível tendo a inovação e a sustentabilidade como nortes”, diagnostica.

É o que pensa, também, André Pereira de Carvalho, pesquisador do Centro de Estudos em Sustentabilidade da FGV. Especializado nas áreas de políticas públicas para o desenvolvimento sustentável e sustentabilidade e inovação, ele prega um conceito mínimo para que determinado produto ou serviço seja considerado inovador. “Se inovar é fazer melhor, e creio nisso, é preponderante levar em conta aspectos ambientais e também sociais”, opina. “Quando uma inovação qualquer entrega um resultado melhor, mas com efeito negativo do ponto de vista dos impactos na biosfera, não deveríamos levar em conta também este aspecto negativo?”, questiona. Carvalho usa o exemplo da mobilidade nos grandes centros urbanos para embasar seu raciocínio. As SUVs, que costumam

ter porte avantajado, além de interior espaçoso, são pouco eficientes sob o olhar da sustentabilidade já que utilizam combustível fóssil, são pesadas e utilizadas para levar, em média, uma pessoa de 70 quilos de um ponto a outro. “Naturalmente existe um componente mercadológico de inovação, mas será que uma cidade com mais SUVs é sustentável realmente?”, pontua.

A locadora de automóveis Movida tem apostado na sustentabilidade como modelo de negócios. A companhia oferece carros elétricos na frota, hoje a maior de veículos de passeio 100% eletrificados do país (são cerca de 800 carros). “Acreditamos que o carro elétrico é, e será, o ponto central na revolução da mobilidade urbana. Nossa meta é eletrificar a frota em 20% até 2030 e reduzir em 30% a emissão de gases de efeito estufa”, anuncia Renato Franklin, CEO da

Movida. Para viabilizar o negócio, a marca inaugurou em São Paulo, em dezembro do ano passado, a primeira loja direcionada para o ecossistema de mobilidade elétrica, onde são disponibilizados carregadores rápidos e ultrarrápidos para os clientes. “Um dos próximos passos é expandir a frota de veículos híbridos e elétricos e instalações de carregadores para o Sul do país”, antecipa. Outro projeto que vai ao encontro de soluções sustentáveis é o Movida Cargo, serviço de locação de veículos utilitários para empresas e que também conta com frota elétrica. O objetivo é impulsionar a mudança de cultura na sociedade, enxergando a mobilidade como peça de uma economia colaborativa e como instrumento de inclusão social, contribuindo para a geração de empregos. A Movida defende que toda inovação deve estar associada também à sustentabilidade. Nesse sentido, a companhia implementou processos totalmente digitais reduzindo a geração de resíduos. A

retirada do veículo na loja passou a ser feito por meio da abertura de contratos pelo *tablet*, recurso hoje disponível em todas as unidades da marca. O resultado não poderia ter sido melhor: no ano passado, mais de 70% da receita da companhia nasceu de processos iniciados no meio digital.

As empresas estão gradativamente adicionando componentes de sustentabilidade aos seus produtos. Recentemente, a Ambev anunciou que o Guaraná Antarctica é o primeiro refrigerante no Brasil a ter toda a sua produção de garrafas com PET 100% reciclado. Já a cerveja Colorado lançou a primeira garrafa de vidro totalmente reciclada, em escala industrial, pois 100% do conteúdo utilizado para a produção da embalagem passa pelo processo de reciclagem. Ou seja, toda garrafa desse produto já foi uma garrafa antes. Esse feito é pioneiro pela complexidade do processo. Essa foi a primeira garrafa a utilizar 100% de

cacos de vidro para sua produção (as garrafas tradicionais têm em média 50% de material reciclado).

A Nestlé é outra companhia que também tem feito progressos nesse sentido. A marca substituiu todos os canudos plásticos das bebidas por alternativas de papel, retirou o filme plástico externo da caixa de bombons Especialidades, criou uma embalagem para Nescau Orgânico que dispensa o uso de tampas plásticas e também lançou uma embalagem de sachê da marca Mucilon com menos plástico na composição e totalmente desenhada para ser reciclada. “São, todas elas, soluções que demandam investimentos em tecnologias que vão do redesenho das embalagens a ajustes de processos produtivos e equipamentos na fábrica”, diz Barbara Sapunar, diretora de comunicação e sustentabilidade da Nestlé Brasil. A multinacional suíça tem o compromisso de reduzir e eliminar o desperdício na cadeia de embalagens e está intensificando suas ações para tornar



Nos últimos dois anos, a Nestlé tem investido constantemente em inovações de origem vegetal

100% de suas embalagens recicláveis ou reutilizáveis até 2025 – hoje, 97% das embalagens são desenhadas para serem recicladas ou reutilizadas. Mais ainda: ao lidar com alimentos, a companhia também consegue dar pitadas “green” ao portfólio. Nos últimos dois anos, a marca tem investido constantemente em inovações de origem vegetal. As cápsulas Nescafé Dolce Gusto, por exemplo, ganharam versões vegetais. Ainda em 2021, Kitkat trouxe ao mercado sua versão Vegan, o primeiro lançamento com certificado vegano da marca em uma versão com ingredientes à base de plantas e produzido com cacau 100% sustentável.

Plantando “inovabilidade”

Por vezes, estar dentro de uma cadeia industrial que naturalmente está em contato com o meio ambiente facilita a conexão com a inovação. Esse é o caso da Suzano, tido como uma referência pelos analistas entrevistados por AMANHÃ. Desde a criação da Suzano S/A em 2019, fruto da fusão da Suzano Papel e Celulose com a Fibria, a empresa que já nasceu como a maior produtora mundial de celulose adotou o termo “inovabilidade” que significa, segundo a própria companhia, “inovação a serviço da sustentabilidade”, como recorda Cesar Bonine, gerente executivo de P&D da Suzano. “Quando analisamos as megatendências e a vocação e o papel que a Suzano tinha e tem para o planeta e para as mais de 2 bilhões de pessoas atendidas diariamente com nossos produtos, percebemos a importância da inovação e sua ligação direta com a sustentabilidade”, conta. “Considerando a natureza do negócio, a árvore plantada, entendemos que a inovação e sustentabilidade estão totalmente conectadas”, completa. Exemplo disso



Intensificação sustentável

Produtos da Suzano se alinham a conceitos de uso racional de recursos, como a utilização responsável de água na indústria

são os produtos que alinham conceitos de uso racional de recursos, como água na indústria e nos cultivos florestais, conservação ambiental, controle biológico de pragas e doenças, entre outras ações práticas que a empresa define como intensificação sustentável. “Isso faz com que maximizemos a produção, os recursos naturais e possamos disponibilizá-los para outros usos”, detalha Bonine. Mais recentemente, com a demanda para substituição do plástico por soluções mais sustentáveis, a companhia iniciou um novo ciclo de desenvolvimento de produtos para esse fim, copos e canudos de papel e uma linha de embalagens flexíveis, tanto para a indústria de cosméticos quanto para a de alimentos. Esses no-

vos desenvolvimentos estão alinhados ao compromisso de longo prazo de oferecer 10 milhões de toneladas de produtos de origem renovável, até 2030, para substituir plásticos e derivados do petróleo.

A Ikea, marca global de móveis e decoração, tem lançado mão do reaproveitamento de materiais, entre outras práticas ligadas ao conceito de economia circular, para cumprir a missão de oferecer *design* acessível à maioria das pessoas em todo o mundo. Em abril, a Ikea lançou na Europa uma campanha que tem por mote dar utilização a objetos de segunda mão, com o propósito de estimular os clientes a encontrarem uma solução sustentável para móveis de que já



Comportamento amigo do meio ambiente

Campanha da Ikea destaca solução sustentável para móveis sem uso ou que necessitem de alguma reparação

não precisam, ou que necessitem de alguma reparação. A iniciativa destaca os serviços de circularidade da marca disponíveis durante todo o ano. Um dele é a área circular, que permite ao cliente poupar no preço e reduzir no desperdício ao comprando artigos em segunda mão. Outro serviço é o programa segunda vida, por meio do qual móveis usados da Ikea podem ser revendidos pelo cliente, que recebe um cartão de reembolso e, também, o serviço de ferragens grátis em loja. “Queremos criar uma maior reflexão sobre a dinâmica de compra e venda, potenciando comportamentos mais amigos do ambiente ao prolongar a vida de móveis que temos em casa, dando-lhes uma segunda vida, ou encontrando a melhor solução para os nossos clientes”, afirma em nota a AMANHÃ Mónica Sousa, responsável de marketing da Ikea em Portugal.

Praticar *Greenovation* não é só

para os grandes. Duas empresas do Paraná mostram que é possível, sim, unir os conceitos de sustentabilidade e inovação, independentemente do porte. A Beckhauser Equipamentos Pecuários, de Maringá, adotou soluções que lhe valeram, no ano passado, o primeiro lugar na categoria micro e pequena indústria do Prêmio Sesi ODS. Além da estação de tratamento dos efluentes, a indústria implementou um sistema de reuso da água e de tanques para captação de água da chuva. Dependendo do fluxo das chuvas, o sistema permite uma economia de quase 600 mil litros de água por ano. “É uma inovação no processo produtivo que gera sustentabilidade ambiental e econômica”, avalia Fabrício Luz Lopes, gerente executivo de tecnologia e inovação do Sistema Fiep.

A Tecnotam, fabricante de embalagens industriais de médio porte, com sede em Balsa Nova, é outro exemplo.

Seu trunfo é ter desenvolvido a *Be Back*, uma plataforma integrada que possibilita controlar todo ciclo de vida das embalagens: envase do produto (produtor), utilização pelo cliente (consumidor), coleta e recuperação da embalagem vazia (recuperador) e seu retorno ao produtor. Nos últimos três anos foram contabilizadas mais de 50 mil embalagens que passaram pelo ciclo da logística reversa, evitando o descarte irregular e potenciais contaminações de solo e água.

Entre as *startups*, a sustentabilidade é um elemento inseparável dos esforços de inovação. Criada em 2018, a Athena Agro, sediada em Cacique Doble (RS), desenvolve soluções para a identificação de pragas através de inteligência artificial. Para aprimorar a tecnologia, atualmente busca investidores anjos – como são conhecidas as grandes empresas e clientes que firmaram parcerias com as *startups*



para o desenvolvimento do projeto. “A sustentabilidade é um dos pilares da Athena. É a base fundamental, principalmente no setor do agronegócio”, atesta Felipe Consalter, um dos fundadores e CEO da companhia. Um dos grandes objetivos da Athena Agro é reduzir o uso de defensivos na produção a partir de uma arquitetura de inteligência artificial e de redes neurais capaz de identificar as pragas através de imagens que utilizam a própria câmera do celular. Ao identificar a praga, o produtor recebe recomendações de como combatê-la. Concomitantemente, a empresa contratante ganha acesso a um mapa de incidência das pragas na região, podendo criar um plano de forma mais eficiente para reduzir os custos da produção e com defensivos menos lesivos ao meio ambiente.

Imbuída desta mesma visão, outra *startup*, a Data Ocean, fundada em 2020 em São Paulo vem avançando a passos largos em sua missão de desenvolver uma plataforma de dados para descomplicar a gestão de transportadoras, permitindo a elas redução de custos e ganho de eficiência. Um de seus fundadores, Marcos Antonio Amorim Filho, vê uma longa perspectiva de atuação à frente. “O setor de transporte é um dos principais emissores de dióxido de carbono no país. A ineficiência dele é gigantesca. Em média, 40% do transporte roda com caminhões vazios, simplesmente por ineficiência de logística”, assinala. “Como temos acesso a todos os dados, calculamos qual é a emissão e a conectamos com empresas de crédito de carbono, para que as transportado-

ras neutralizem ali o CO₂”, conta. Em resumo, a Data Ocean colabora de duas formas para incrementar a sustentabilidade do setor: possibilitando a compensação do crédito de carbono e, de outra parte, ao trazer mais inteligência operacional. “Permitindo mais inteligência de rota, a gente diminui a quantidade de veículo transportando de maneira desnecessária e ineficiente”. Criada em 2020, a *startup* já passou por um processo de aceleração, na qual é cedido um percentual em troca de investimento e a capacitação dos empreendedores, além de receber um aporte de *venture capital* do Vale do Silício. Mais uma prova que inovar de olho na preservação do planeta traz excelentes resultados. Resta, agora, só perguntar quando seu negócio também será *Greenovate*.



A Viação Ouro e Prata está entre as **50 empresas mais inovadoras da Região Sul**, edição 2022, pela Revista Amanhã em parceria com o IXL-Center, de Cambridge (EUA).



HÁ 35 ANOS GERANDO VALOR

AMANHÃ

A imponente sede da Companhia Paranaense de Energia Elétrica (Copel), em Curitiba, tem um amplo local reservado apenas para os prêmios que a estatal tem conquistado ao longo da sua trajetória. Mais de um quarto dos troféus orgulhosamente expostos para quem visita a empresa foram concedidos por AMANHÃ. A cena ilustra como a publicação nascida em junho de 1986

se tornou relevante para o cenário econômico e empresarial da região Sul. Editada inicialmente em forma de fascículos, que tinham como objetivo principal repensar a economia gaúcha, os colecionáveis ganharam forma de revista dois anos depois para se tornar um produto de mercado. “Temos uma relação com as empresas do Sul de geração de valor para as marcas, medindo atributos como *recall* espontâ-

neo de marca, performance gerencial e capacidade de inovar”, exalta Jorge Polydoro, *publisher* e fundador do Grupo AMANHÃ.

Principal revista de gestão e negócios produzida fora de São Paulo, AMANHÃ se notabilizou por apresentar ao país projetos norteadores que auxiliaram gestores a decidir estratégias em diversas áreas. Um deles foi o Top of Mind, primeira pesquisa

**PRINCIPAL REVISTA DE ECONOMIA E FINANÇAS EDITADA
FORA DE SÃO PAULO, AMANHÃ ACABOU SE REVELANDO
UMA PUBLICAÇÃO MULTIPLATAFORMA QUE COLOCA EM
EVIDÊNCIA O DESEMPENHO DAS EMPRESAS DO SUL**

HÁ 35 ANOS

de lembrança de marcas do Brasil que foi lançada em junho de 1991, cujos cadernos regionais circularam no Paraná e no Rio Grande do Sul. Os 32 anos ininterruptos de avaliação trouxeram novos recortes ao longo das edições, como o Top Baby (pesquisa com mulheres, mães ou não), Top Kids (com crianças), Top Executivo (com presidentes, vice-presidentes e diretores das maiores companhias),

Top Diversidade (pesquisa voltada para lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais e transgêneros), entre outras segmentações.

Também em 1991 a edição 500 MAIORES DO SUL, outro importante termômetro do desempenho da economia da região, começou a tomar a forma atual. Até então, o *ranking* criado em 1988 se restringia ao estado do Rio Grande do Sul. A partir de

1995, Paraná e Santa Catarina passam a fazer parte da edição, consolidando um levantamento que viria a se tornar o maior ranking regional de empresas do Brasil, produzido em conjunto com a equipe técnica da consultoria PwC que, anualmente, analisa cerca de 2 mil demonstrações financeiras. “Para demonstrar a robustez do *ranking*, basta dizer que apontamos as mil maiores empresas de uma região que

representa não mais do que 17% do PIB nacional”, assinala o diretor de Redação de AMANHÃ, Eugênio Esber. “Proporcionalmente”, compara ele, “se um levantamento de abrangência nacional quiser ter a representatividade do nosso projeto regional, precisará montar um *ranking* de 12 mil empresas.”

Em linha com o compromisso de antecipar tendências e fornecer instrumentos para a boa gestão, AMANHÃ deu um passo significativo em 2005 ao promover a primeira edição da pesquisa Campeãs de Inovação. Nela, as companhias do Sul respondem, a cada ano, como são e como estão as suas práticas na área e que resultados vêm obtendo. Onze anos depois, para comemorar a passagem de uma década do projeto, foi lançado o livro *Empresas que Inspiram*. A obra conta como 12 companhias do Sul admi-

nistram seus processos de inovação. Também ganharam vida própria os livros *The Mind of the Tops Paraná*, que apresenta a história de 12 grandes marcas do Estado e a importância da construção da marca para a trajetória de cada empresa, e *100 Marcas do Rio Grande*, um resgate das origens e da evolução das grifes gaúchas mais representativas do *branding*. O livro terá sua segunda edição lançada ainda neste ano. Também foram muitas as reportagens que trouxeram para o centro do debate temas de relevância no campo da gestão, da tecnologia e da educação, por exemplo. Há 25 anos, inclusive, AMANHÃ ousou ao eleger o ensino como o grande desafio da competitividade brasileira. A reportagem “Educação: que futuro é este?” teve repercussão imediata, e deu origem à seção Capital Humano,

um espaço dedicado a oferecer a executivos e a empresas uma visão multidisciplinar da gestão de pessoas. Anos mais tarde, a revista também contou com a série Projeto Educação, como parte de um esforço para sensibilizar e mobilizar o setor privado, a academia e a esfera pública para melhoria dos indicadores educacionais. Numa atitude inusual para uma revista de negócios, AMANHÃ iria ainda mais fundo no exame das precariedades do ensino básico e fundamental e na proposição de soluções, lançando o Projeto Brasileiro.

Atenta aos compromissos de responsabilidade social das empresas, AMANHÃ trouxe em 2015 um alerta. O Brasil estava distante do cumprimento de uma norma legal que, à época, completava 25 anos: a lei que fixa cotas para garantir a contratação



- **Para celebrar um reconhecimento além do tempo**
- **A pesquisa Top of Mind, lançada em junho de 1991, foi pioneira no Brasil**



- **Oportunidade para pensar o futuro da região**
- **Eventos de 500 MAIORES DO SUL colocam em debate temas estratégicos ano após ano**

de pessoas com deficiência (PCDs). Vencedora na categoria Revista do 10º Prêmio de Jornalismo & Saúde, a reportagem “Sim, eles podem”, de Eugênio Esber, contribuiu para que, em 2015, AMANHÃ ultrapassasse a marca de 30 primeiros lugares em premiações no país, o que a deixou entre as sete revistas mais premiadas no Brasil até aquele momento.

As reportagens especiais sempre buscaram monitorar novidades em várias frentes, de conceitos de gestão a cenários de mercado. Há mais de 25 anos, quando a China ainda estava longe dos holofotes, AMANHÃ já estampava a reportagem “A ameaça chinesa”. “Em outubro de 1997, “O alimento proibido”, que receberia o Prêmio Embra de Jornalismo, adiantava a revolução que silenciosamente progredia a partir da inevitável liberação do cultivo

de transgênicos no Brasil, uma questão de tempo. Por duas vezes – em 1997 e 2001 – AMANHÃ alertou para a crise da falta de água. Na área da ciência, a publicação também desvendou, em 2006, o neuromarketing e seu impacto nas relações de consumo. Em 2008, AMANHÃ debatia se o modelo de poder compartilhado por dois presidentes, um experimento levado a efeito em algumas grandes organizações, teria mesmo chances de gerar bons resultados para as empresas. Mais recentemente AMANHÃ jogou luz em vários temas da atualidade, como a implantação da tecnologia 5G, a sobrevivência das marcas no ambiente dos marketplaces e as mudanças de hábitos – pessoais e corporativos – com a pandemia. Temas como a sustentabilidade também foram destaque em mais de uma dezena de vezes. AMA-

NHÃ criou o Guia do Meio Ambiente. Recentemente, serviu a seus leitores o relatório especial “Carbono Neutro – O compromisso das empresas”, que além do guia, promoveu um fórum transmitido no canal do YouTube do Grupo AMANHÃ.

Desde 2004, AMANHÃ disponibiliza uma *newsletter* diária que reúne o melhor da informação e análise disponíveis em seus espaços editoriais. “AMANHÃ é um projeto improvável, porque ela nasceu fora de São Paulo e hoje é a principal revista brasileira nesta área fora da capital paulista. AMANHÃ se transformou em um projeto multiplataforma calcado em uma marca reconhecida em sua região de atuação e fora dela”, orgulha-se Polydoro (*acompanhe nas páginas a seguir os fatos mais marcantes dos 35 anos da publicação*).

AMANHÃ FOI PIONEIRA NO BRASIL AO APRESENTAR A PRIMEIRA PESQUISA DE LEMBRANÇA DE MARCAS E TAMBÉM REVELAR A ELITE CORPORATIVA DA REGIÃO AO LANÇAR 500 MAIORES DO SUL EM PARCERIA COM A PWC



JUNHO
1986

A primeira edição, na forma de fascículo: AMANHÃ nascia com a missão de repensar a trajetória econômica do Rio Grande do Sul em um projeto patrocinado pela Fiergs



JUNHO
1991

AMANHÃ introduz um novo conceito de abordagem de marketing no jornalismo econômico brasileiro ao lançar a primeira pesquisa de lembrança de marcas do país, o Top of Mind

1988

Desvinculando-se da condição de publicação institucional da Fiergs, AMANHÃ tem um desafio: transformar-se em um produto de mercado. No mesmo ano, em abril, a revista lança Grandes do Rio Grande, estudo que daria forma, em 1991, para 500 MAIORES DO SUL

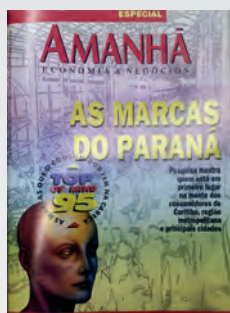


1991

No mesmo ano, AMANHÃ inova outra vez com o lançamento de GRANDES & LÍDERES, o maior ranking regional de empresas do país que, desde o seu início, se baseia somente em balanços. A partir de 1995, Paraná e Santa Catarina passam a fazer parte da edição dando forma ao hoje 500 MAIORES DO SUL

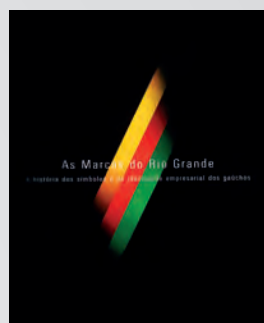


SEMPRE ATENTA AOS MOVIMENTOS NA ÁREA DA GESTÃO, AMANHÃ DESTACA TEMAS DA ÁREA. MULTIPLATAFORMA, A PUBLICAÇÃO IMPLANTA SEU SITE EM 1998 E AINDA LANÇA LIVROS SOBRE BRANDING E ADMINISTRAÇÃO



NOVEMBRO
1995

AMANHÃ passa a circular com a pesquisa Top of Mind Paraná apresentando itens como produtos, serviços, comunicação e Grande Empresa



2002

AMANHÃ publica o livro AS MARCAS DO RIO GRANDE, um resgate da história das grifes mais notáveis do branding gaúcho, entre elas algumas empresas centenárias

1998

AMANHÃ implanta seu site na internet para oferecer aos leitores, todos os dias, os fatos mais importantes do Sul nas áreas de economia, gestão e negócios, com interatividade e agilidade



ABRIL
2002

A matéria de capa "A nova empresa" inaugura uma nova fase na trajetória de AMANHÃ, que passa a ser uma publicação com foco em antecipação de tendências em gestão empresarial



PRINCIPAL REVISTA DE GESTÃO E NEGÓCIOS EDITADA FORA DE SÃO PAULO, AMANHÃ LANÇA MAIS UM RANKING PIONEIRO: CAMPEÃS DA INOVAÇÃO, UM INSTRUMENTO PARA MEDIR E FOMENTAR A INVENTIVIDADE NAS EMPRESAS



JUNHO
2004

AMANHÃ lança Gestão de AMANHÃ – O guia da empresa competitiva, que daria origem a uma série de guias para orientação executiva direcionados para empresas de todo o Brasil



NOVEMBRO
2005

De forma inédita no Brasil, AMANHÃ institui a pesquisa anual Campeãs de Inovação, no qual as companhias do Sul informam quais são suas práticas na área e que resultados vêm obtendo

2004

A newsletter que traz as notícias e os personagens de destaque na economia do Sul passa a circular diariamente cobrindo os fatos mais importantes do Paraná, de Santa Catarina e do Rio Grande do Sul



MAIO
2015

O Top of Mind RS, primeira pesquisa de lembrança de marcas do país, completa 25 anos. E para assinalar a data, AMANHÃ lança o livro The Mind of The Tops Paraná que conta o passo-a-passo da construção de 12 grandes grifes empresariais empresas do Estado



AMANHÃ CELEBRA 35 ANOS NO JORNALISMO ECONÔMICO BRASILEIRO COLOCANDO EM DESTAQUE TEMAS RELEVANTES PARA A EMPRESA E SEUS GESTORES, COMO O ESG



SETEMBRO
1995

500 MAIORES DO SUL completa 25 anos como a grande vitrine da elite empresarial do Sul apresentando, também, a realidade em mais de 20 setores da economia da região



MARÇO
2021

AMANHÃ coloca no ar seu novo portal com maior interatividade e acesso mais ágil AMANHÃ coloca no ar seu novo portal com maior interatividade e acesso mais ágil ao acervo de publicações digitais

JUNHO
2016

AMANHÃ lança o livro “Empresas que inspiram” para marcar os dez anos de criação do projeto Campeões de Inovação.

A obra revela os trunfos de uma série de companhias que se notabilizaram pela gestão da inovação



DEZEMBRO
2021

AMANHÃ realiza o fórum “Carbono Neutro – O compromisso das empresas” em linha de colaboração com o Pacto Global da ONU. O guia apresenta uma série de conceitos para que as empresas consigam colocar em prática uma agenda ESG



O FUTURO É DIGITAL, MAS TAMBÉM PRECISA SER VERDE

Originário de Madri, South Summit desembarcou pela primeira vez no Brasil e recebeu cerca de 500 palestrantes e mais de 20 mil participantes em três dias de atrações

De 4 a 6 de maio ocorreu a primeira edição do South Summit Brazil, realizado no Cais Mauá, em Porto Alegre (RS). A conferência reuniu mais de 500 palestrantes nacionais e internacionais, além da grande final da Competição de Startups. O evento contou com cinco palcos e oito trilhas de conteúdo – Agritech & Healthcare, Industry 5.0, Fintech, Retailtech, Foodtech, Sustainability & ESG, Society, Innovation e Ecosystem – em uma área de 12 mil metros quadrados. Fiel ao compromisso de criar conexões no ecossistema global que levem a oportunidades reais de negócios, o objetivo do encontro era claro: colocar o Brasil e a América Latina no mapa mundial da inovação e promover a transformação econômica e social do Rio Grande do Sul.

O evento, que contou com a presença de Luciano Huck na cerimônia de abertura, recebeu a presença de nomes relevantes do ecossistema de inovação e tecnologia, o que chamou a atenção do público que foi ao evento com o objetivo de se relacionar e teve a oportunidade de estar lado a lado com líderes de

empresas consagradas. Ao todo, foram mais de 20 mil participantes de mais de 50 países; 40 mil contatos realizados entre os três dias; mais de 2.500 1:1 reuniões de negócios entre cerca de 8.500 empresas; e mais de 3.300 startups apresentando seus negócios. No total, mais de 500 investidores estiveram presentes no evento, com cerca de U\$S 65 bilhões de fundos sob gestão para Porto Alegre. Os cinco palcos contaram com mais de 500 palestrantes, sendo 50 deles internacionais. O evento teve a cobertura de mais de 400 meios de comunicação e o apoio de cerca de mais de 3.500 trabalhadores diretos e indiretos trabalhando na estrutura, recepção, assessoria e organização, além da participação de mais de 2.200 estudantes, graças à parceria entre o governo e as escolas locais, que levaram seus alunos para conhecer um pouco mais sobre esse ecossistema.

Para Thiago Ribeiro, diretor geral do South Summit Brazil, o grande desafio foi tropicalizar o evento, que ocorre desde 2012 em Madri. "Reproduzir no Brasil o que acontece na Europa já é um aprendizado gigante.

Conseguimos entender como fazer isso, como dar um pouco do nosso toque latino-americano para esse evento e adaptar à nossa realidade, seja nos palcos ou nas atividades sociais e culturais", afirma. "O South Summit é, sobretudo, um evento de conexão, de pessoas. Talvez o grande ensinamento para nós como estado, cidade, país, é que trouxemos o conceito de colaboração. O evento só atingiu esses resultados porque conseguimos cocriar e construir de maneira colaborativa, conjunta e compartilhada", completa.

O planejamento para o segundo South Summit Brazil, previsto para 2023, teve início na segunda-feira seguinte à primeira edição. O momento atual é de análise e identificação do que pode ser ainda melhor nos próximos eventos. A edição brasileira foi correalizada pelo Governo do Estado do Rio Grande do Sul, IE University, South Summit (Spain) e Hub 4all.

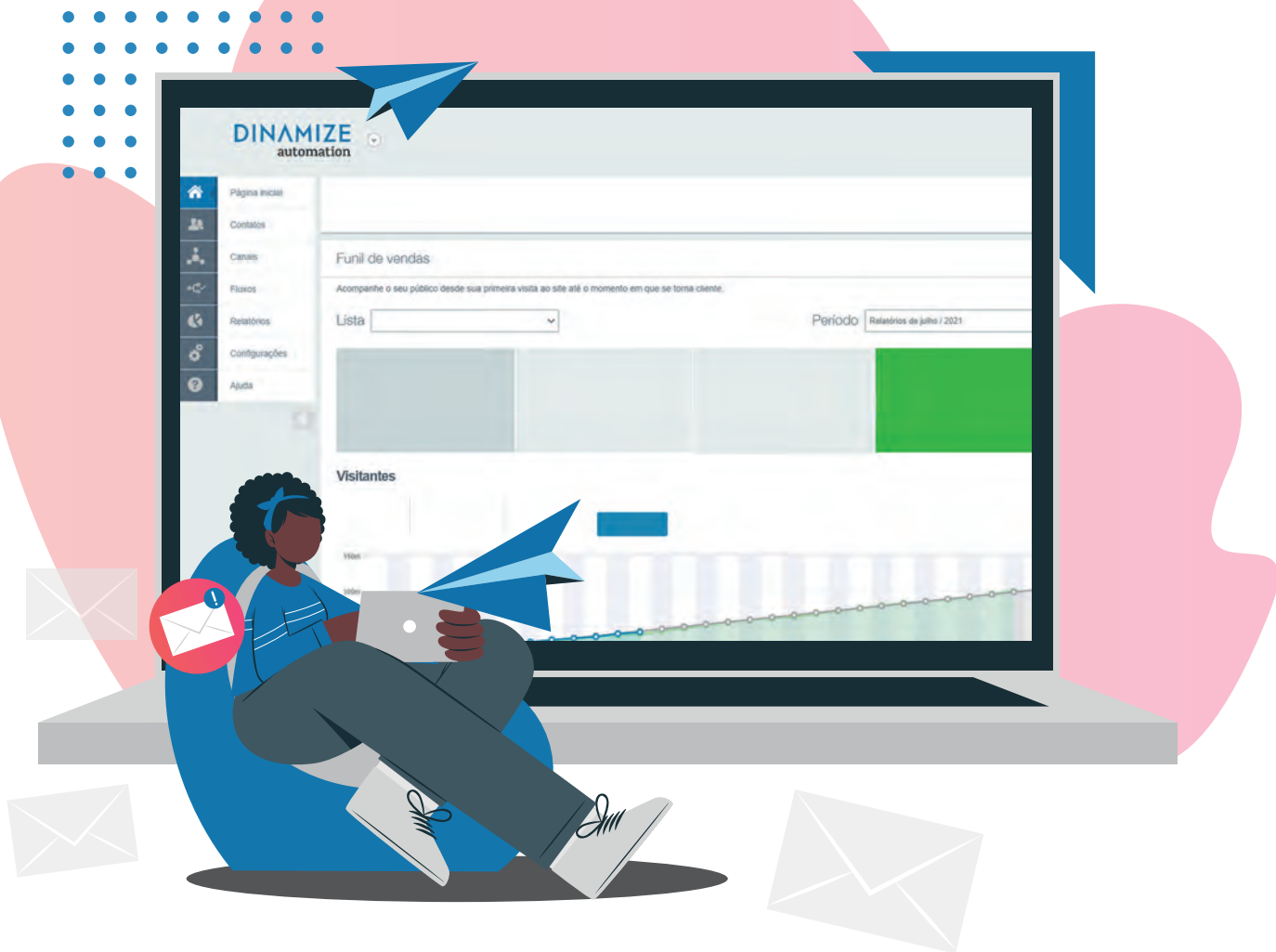
O tema da sustentabilidade foi transversal, aparecendo durante todo o evento – dos conteúdos discutidos no palco, aos materiais e cenografia. Sem garrafas plásticas circulando no evento e com talheres de madeira sendo oferecidos nos food trucks, cada detalhe do evento tinha o propósito de mostrar que é preciso fazer negócio e gerar riqueza, mas sem esquecer a sustentabilidade. “Buscamos mostrar não só com as ações do próprio evento, mas com parceiros e iniciativas que, sim, o futuro é digital e tecnológico, mas também precisa ser verde”, ressalta Ribeiro.

COMPETIÇÃO DE STARTUPS

A competição de startups do South Summit Brazil recebeu a inscrição de mais de 1 mil startups, de 76 países diferentes. Entre elas, foram escolhidos um total de 50 finalistas que tiveram a oportunidade de dar visibilidade aos seus projetos, bem como acessar quase 90 fundos de investimento (18 deles internacionais) com uma carteira de US\$ 62 milhões prevista para a América Latina, bem como uma centena de empresas. Como resultado da competição, cinco startups saíram vencedoras dentro de suas categorias. A mais inovadora foi a Pix Force; a mais escalável, Genially; mais sustentável, SoluBio; melhor time, Aprix; e a vencedora geral da competição 2022 foi a Yours Bank. O Conselho do South Summit Brazil é formado por representantes dos principais players do mercado de inovação, tecnologia, educação e empreendedorismo. "Tivemos a felicidade de reunir um grupo de startups altamente qualificado. Os cinco destaques foram, de fato, as finalistas, que realmente apresentaram os melhores projetos, as melhores equipes e projetos sustentáveis. O grande destaque é da Yours Bank, que foi a grande vencedora e trouxe um projeto de inclusão, educação financeira, conceitos de fintech. Eles já começam a colher os frutos dessa participação, e acho que aí que o South Summit de fato acontece e mostra a que veio, oferecendo visibilidade, contatos e, principalmente, conexões", finaliza Ribeiro.



Envie emails com base no **comportamento** consumidor



Teste agora nossa ferramenta

dinamize.com.br





ESPECIAL

AMANHÃ

raízes

A história de 120 anos
de Gerdau, que nasceu
do sonho de uma
família empreendedora
e hoje é uma das
maiores produtoras de
aço do mundo

120



GERDAU

O futuro se molda



João Gerdau (ao lado). Fábrica de Pregos Pontas de Paris (acima)

O INÍCIO DA HISTÓRIA DA GERDAU NO RIO GRANDE DO SUL

Um prédio de aparência sóbria e robusta em uma esquina do Caminho Novo (atual Rua Voluntários da Pátria), à época a principal via de acesso de Porto Alegre às colônias habitadas por imigrantes europeus no Rio Grande do Sul. No começo do século 20, o edifício da Cia. Fábrica de Pregos Pontas de Paris deu origem à trajetória de 120 anos da Gerdau, pequena indústria familiar que se transformou em gigante da cadeia do aço internacional.

A Pontas de Paris foi adquirida, em janeiro de 1901, pelo imigrante alemão João Gerdau, que chegou ao Brasil em 1869, aos 20 anos de idade, vindo de Hamburgo. A princípio, abriu um armazém de secos e molhados na colônia de Santo Ângelo (hoje município de Agudo), onde vendia desde sal, açúcar e azeite até velas, tecidos, cordas e ferraduras. Depois, também investiu na compra e venda de lotes de terra. Desde 1893 em Porto Alegre, com a mulher Alvine e os filhos Hugo, Walter e Bertha, João – com visão de futuro e espírito inovador – identificou na compra da fábrica a oportunidade de abrir novos horizontes para os negócios familiares, em meio à incipiente industrialização do país.

Criada em 1891 para abastecer indústrias de bens de consumo (de fogões a ferramentas), a Ponta de Paris havia sido posta à venda em 29 de dezembro de 1900. Após sacramentar a compra, João Gerdau re-

gistrou a nova firma na Junta Comercial de Porto Alegre no dia 16 de janeiro de 1901. Mas preferiu deixar a empresa sob os cuidados do filho mais velho, Hugo, então com 25 anos de idade. Até falecer, em 1917, João se dedicou aos projetos imobiliários no interior, além de investir na extração de madeiras nobres e em exploração mineral, ainda que, mesmo à distância, não deixasse de colaborar com a gestão dos empreendimentos da família na capital gaúcha. Hugo administrou a companhia por quase quatro décadas, período em que abriu filiais no interior do estado e conquistou novos mercados – embarcados em navios da Companhia Nacional de Navegação Costeira (popularmente conhecida como “Ita”), os pregos Gerdau chegavam ao Centro, Norte e Nordeste do Brasil.

Em 1946, o alemão Curt Johannpeter, genro de Hugo (falecido em 1939), assumiu a direção da empresa, usando a experiência de financista (tinha atuado como inspetor do Deutsche Bank de Berlim na América do Sul) para aprimorar a gestão e expandir os negócios. Uma das medidas adotadas foi a transformação da companhia em sociedade anônima, com registro na Bolsa de Fundos Públicos de Porto Alegre, em 1947. Mas o passo decisivo para abrir um novo ciclo empresarial foi a aquisição da Siderúrgica Riograndense, no ano seguinte, dando início à produção do aço Gerdau.

INOVAÇÃO NO DESENVOLVIMENTO DA PRODUÇÃO DO AÇO

Da metalurgia à siderurgia: ao assumir a direção da Gerdau, Curt Johannpeter anteviu um novo caminho para os negócios da família. Além disso, inovou ao adotar o modelo (inédito no Brasil à época) de minimills, que trabalha com forno elétrico, tendo a sucata ferrosa como matéria-prima.

De um lado, a reciclagem da sucata proporciona ganhos ambientais, reforçando o DNA sustentável já desde cedo presente na história da Gerdau. De outra parte, o modelo inovador possibilita vantagens operacionais e diminuição de custos. Atualmente disseminadas por todo o planeta, as minimills respondem por grande parte da produção mundial de laminados de aço.

Curt contribuiu também ao lançar as bases da cultura empresarial da Gerdau. Essa cultura se baseia na visão estratégica de crescer com segurança, aliando a ousadia de buscar novas frentes de atuação à disciplina e à seriedade na condução dos negócios. Não por acaso, algum tempo após a aquisição da Riograndense, que já contava com a Usina Farrapos (localizada no bairro Floresta, zona norte de Porto Alegre), Curt passou a buscar um local para instalar uma nova unidade.

Para isso, aos fins de semana, a bordo de um Chevrolet 51, procurou terrenos na região do Vale do Sinos até encontrar uma área de 100 hectares em Sapucaia do Sul, a 25 quilômetros de Porto Alegre. As obras iniciaram em 1955 e, dois anos depois, a Usina Rio do Sinos entrou em operação. Em 1961, em mais

uma atitude inovadora, a fábrica deu início ao emprego, de modo pioneiro na América Latina, do processo de lingotamento contínuo, que permite maior rapidez e eficiência ao desempenho industrial.

Em 1963, fortalecendo o compromisso de geração de impacto positivo para as pessoas e comunidades, foi instituída a Fundação Gerdau para alinhar as ações de saúde, educação, habitação e assistência social. Muito tempo depois, em 2005, seria criado o Instituto Gerdau, hoje responsável pela coordenação das políticas de responsabilidade social da companhia. Os anos 1960 marcaram também o ingresso da quarta geração da família Gerdau – Germano, Klaus, Jorge e Frederico, filhos de Curt – em cargos de liderança da organização.

Ao final da década de 1960, a marca Gerdau tinha presença assegurada nos mercados do Sudeste, Norte e Nordeste do Brasil. Entre os dirigentes da empresa, amadurecia a intenção de espalhar os troncos da produção do aço Gerdau para além da fronteira do Rio Grande do Sul. Afinal, a concentração industrial do país estava concentrada em São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro. Não demorou para que a ideia fosse posta em prática.

Instalações na
Av. Farrapos em
1948 (abaixo). Curt
Johannpeter
(ao lado)



A EXPANSÃO PARA ALÉM DA FRONTEIRA DO RS

Ao final da década de 1960, o Brasil registrou uma média de crescimento industrial de 15% ao ano. Os bons ventos da economia contribuíram para que, em 1969, pela primeira vez, a Gerdau ultrapassasse a fronteira gaúcha. E o salto foi grande – alcançou o Nordeste brasileiro, com a compra da Siderúrgica Açonorte, de Pernambuco. Com isso, o aço Gerdau passou a ser produzido também no distrito de Curado, na periferia do Recife. Era apenas o início da expansão geográfica.

Em 1971, a rota de crescimento ganhou impulso com a aquisição da estatal Cosigua (Companhia Siderúrgica da Guanabara). No primeiro momento, a operação foi feita por meio de uma joint-venture com o grupo alemão August Thyssen (oito anos depois, a Gerdau assumiria o controle do negócio). De imediato, foi dado início à construção da planta siderúrgica do distrito de Santa Cruz, no Rio de Janeiro. A unidade foi erguida em tempo recorde. No dia 19 de dezembro de 1972, entrou em funcionamento, consolidando a marca Gerdau em nível nacional.

A essa altura, a empresa já tinha ingressado, de maneira pioneira, no segmento de distribuição com a Comercial Gerdau, inaugurada em 1º de fevereiro de 1971, em São Paulo, reforçando seu compromisso em fortalecer o relacionamento com seus clientes. Não foi uma iniciativa isolada – rapidamente, surgiram filiais em várias capitais brasileiras. Atualmente, são mais de 70 lojas espalhadas por todo o país. Nos anos seguintes, a produção também se alargaria com a incorporação de usinas no Paraná, Ceará, Minas Gerais e Bahia. Foi um crescimento obtido de modo estratégico e planejado para assegurar uma atuação abrangente e duradoura da Gerdau no território nacional. Ao final dos anos 1970, a companhia já era responsável pela produção de 10% do aço brasileiro.

O processo de internacionalização da Gerdau teve início em dezembro de 1980, com a aquisição da Siderúrgica Laisa, do Uruguai. E ganhou fôlego com a compra da Courtice Steel, do Canadá, em outubro de 1989. O ingresso na América do Norte, aliás, representou um divisor de águas, não apenas pela distância de milhares de quilômetros ou em função da diferença de idioma e cultura. A iniciativa abriu uma trilha de oportunidades ao propiciar que a Gerdau se adaptasse a um ambiente de negócios até então desconhecido, com novas regulamentações e dinâmica de mercado.

Os horizontes se ampliaram ainda mais em agosto de 1999 com a entrada nos Estados Unidos através da compra de 75% do capital da AmeriSteel. A companhia norte-americana contava, à época, com quatro plantas industriais. Não é de admirar que, ao final do século 20, 40% da capacidade instalada da Gerdau estivesse localizada no exterior.

Em paralelo, a Gerdau continuou a pregar sua bandeira em países latino-americanos. Na Argentina, já em 1998, tinha assumido participação societária da laminadora Sipsa, da qual teria a maioria das ações a partir de 2005. Na década de 2000, por sinal, consolidou sua posição no continente com a Diaco, da Colômbia, em 2004, e da Siderperu, do Peru, em 2006. Esse movimento se completou com a aliança com a INCA, da República Dominicana, e a aquisição da Siderúrgica Tultitlán, do México, ambas em 2007.

Em março de 1999, a Gerdau ingressou na Bolsa de Nova Iorque por meio do lançamento de ADRs, que alcançaram valorização de 27% um mês depois, demonstrando a confiança dos investidores norte-americanos na companhia.

Enquanto expandia sua presença no mundo, a Gerdau jamais deixou de investir no mercado brasileiro, que continuou a ser centro das atenções. Essa posição de destaque se fortaleceu ainda mais ao dar início à produção do aço em Minas Gerais, berço de riquezas minerais e coração da siderurgia nacional. Em 1988, venceu o leilão de compra da usina Barão de Cocais. Em 1997, adquiriu participação societária da Açominas, da qual passaria a ser acionista majoritária em 2001. Hoje, a unidade de Ouro Branco é a maior planta industrial da Gerdau no mundo. A importância

galhos



estratégica de Minas Gerais se ampliou em 2009, com o início da produção própria de minério de ferro na mina Várzea do Lopes para abastecimento da usina de Ouro Branco.

Assim, com o tronco firme em suas raízes, representadas por uma cultura empresarial baseada nos valores da família, na capacidade de gestão e na vontade de crescer, a árvore da Gerdau espalhou seus galhos pelo Brasil e o mundo, projetando-se como uma das maiores produtoras de aço do planeta.

A Gerdau deu início à produção de aços especiais após arrematar em leilão, em fevereiro de 1992, a estatal gaúcha Aços Finos Piratini, de Charqueadas, passando a atender novos segmentos do mercado, como a indústria automotiva.



Inauguração da Cosigua, em 1971



COMPROMISSO COM A INOVAÇÃO E A SUSTENTABILIDADE

Chegar aos 120 anos é uma conquista e tanto. Essa façanha só é explicável pela capacidade de se renovar e ousar sempre, sem nunca abrir mão dos valores fundadores, que permanecem vivos e presentes desde 1901.

Hoje, a empresa é a maior produtora brasileira de aço. É também uma das principais fornecedoras de aços longos nas Américas e de aços especiais no mundo. No Brasil, ainda produz aços planos, desde 2013, e minério de ferro, atividades que ampliam o mix de produtos e a competitividade das operações. É também a maior produtora de carvão vegetal do mundo para a fabricação de biorredutor a partir de uma base florestal de 250 mil hectares de floresta plantada em Minas Gerais.

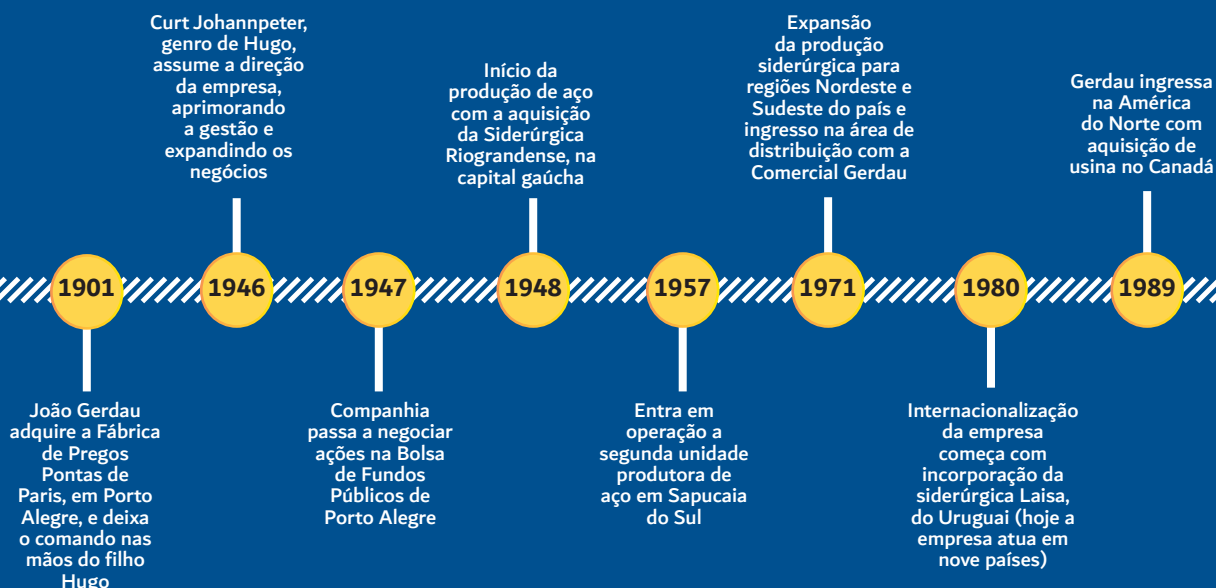
A companhia conta com 31 unidades industriais distribuídas em nove países – Argentina, Brasil, Canadá, Colômbia, Estados Unidos, México, Peru, República Dominicana e Uruguai. No Brasil, possui também duas unidades de extração de minério de ferro e mais de 70 lojas da Comercial Gerdau. As ações das empresas Gerdau hoje estão listadas nas bolsas de valores de São Paulo (B3), Nova Iorque (NYSE) e Madri (Latibex).

Os produtos Gerdau beneficiam setores da eco-

nomia como construção civil e infraestrutura, indústria automotiva e naval, agronegócio e diversas cadeias de produção e transmissão de energia, como eólica e solar. Assim, o aço Gerdau está presente no dia a dia das pessoas, em suas casas ou em grandes construções. Faz parte, por exemplo, da ampliação do canal do Panamá e da estrutura de acessibilidade do Cristo Redentor, cartão-postal do Rio de Janeiro. Integra ainda os edifícios mais altos do México (Torre Mitikah, em construção) e dos Estados Unidos (One Trade World Center, inaugurado em 2014). Além disso, está sendo aplicado em grandes obras viárias, como a construção das pontes Brasil-Paraguai e Gordie Howe (entre Estados Unidos e Canadá).

Ancorada em seu propósito de empoderar pessoas que constroem o futuro, a Gerdau deu início a um novo ciclo de crescimento, avançando de forma acelerada em dois grandes desafios – de um lado, gerar mais valor para os clientes e, de outra parte, tornar-se cada vez mais sustentável, em todas as suas dimensões.

Atualmente, já é a maior recicladora da América Latina e, no mundo, transforma, anualmente, 11 milhões de toneladas de sucata em aço. Como matéria-



-prima, também utiliza carvão vegetal ou biorredutor, insumo renovável e menos poluente. Em 2022, a Gerdau foi integrada ao Sustainability Charter, da World Steel Association (worldsteel), grupo que reúne empresas produtoras de aço comprometidas com uma agenda de impactos positivos junto ao planeta e à sociedade. Esse posicionamento se traduz em ações concretas. Um exemplo é o volume de emissões de gases de efeito estufa (0,90 t de CO₂ e por tonelada de aço), que representa metade da média global do setor (1,89 t de CO₂ e por tonelada de aço) – a meta é atingir índice de 0,83 1,89 t de CO₂ e até 2031.

Para a Gerdau, sustentabilidade e inovação andam de mãos dadas. Um dos projetos em curso é o aprimoramento de práticas ambientais e a modernização tecnológica no contexto da Indústria 4.0 do parque industrial em Minas Gerais. A iniciativa inclui as unidades de Ouro Branco, Barão de Cocais, Divinópolis e Sete Lagoas.

Um passo importante para a criação de um ambiente inovador de negócios foi a abertura da Gerdau Next – aqui, a missão é diversificar globalmente o portfólio da companhia por meio da criação e da incorporação de novas empresas em segmentos estratégicos. Exemplo disso foi a aquisição de 33% da construtech Brasil ao Cubo, de Tubarão (SC), que atua no segmento de construção modular.

Já o fundo de venture capital Gerdau Next Ventures foi criado para investir, desenvolver e escalar startups inovadoras. A busca por inovação inclui também agregar valor à prestação de serviços. Neste caso, enquadram-se a G2Base, uma empresa de fundações

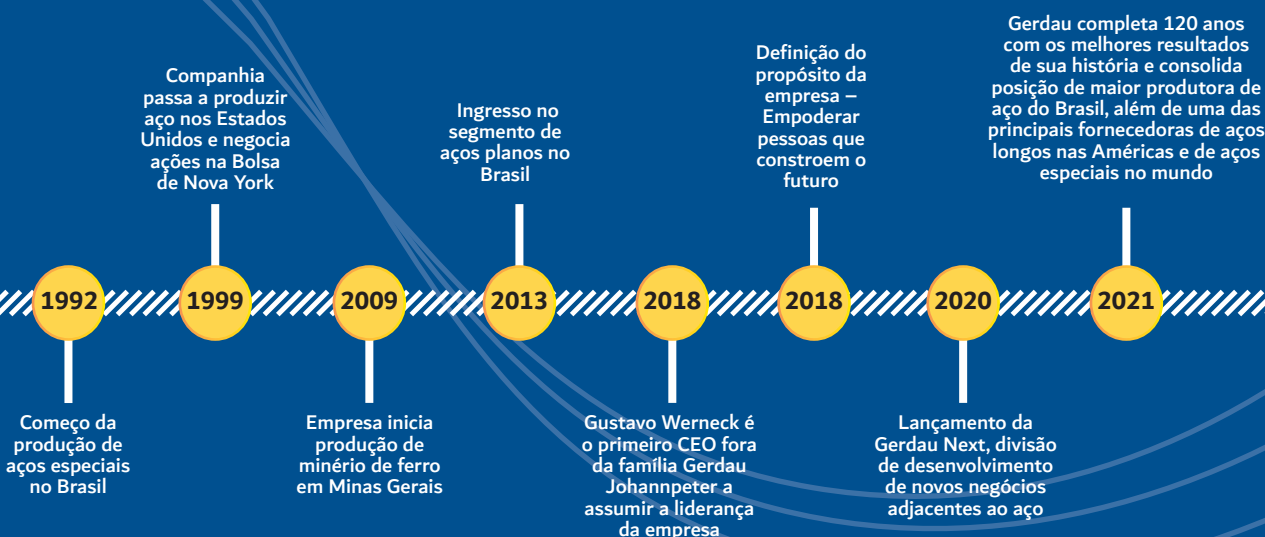


Empresa conta com 250 mil hectares de base florestal

metálica, que oferta pacotes completos para a construção civil, abrangendo desde perfis até elaboração de projeto e execução da fundação, e a G2L, logitech que aposta na solução de provedor logístico integrado apoiada em tecnologia e sustentabilidade.

No ano em que alcançou 120 anos, a Gerdau registrou os melhores resultados de sua história. O desempenho foi impulsionado, especialmente, pelos indicadores positivos da construção nos Estados Unidos e Brasil. Também contribuíram as excelentes vendas da indústria brasileira. Mas, acima de tudo, os recordes se devem à capacidade da Gerdau de se inovar e seguir atendendo integralmente aos mercados em que está presente.

Para isso, a empresa está constantemente se reinventando, como uma organização cada vez mais focada nas pessoas. Não à toa, o comprometimento de seus mais de 36 mil colaboradores diretos e indiretos é um dos principais diferenciais competitivos da Gerdau.





“O FUTURO SE MOLDA”

O engajamento dos colaboradores é consequência de investimentos contínuos em programas de capacitação e desenvolvimento profissional, além de cuidados permanentes com a saúde e o bem-estar de funcionários e seus familiares.

Em paralelo, a Gerdau busca garantir um ambiente de trabalho diverso e inclusivo, com oportunidades para todas as pessoas. Recentemente, aderiu a pactos e coalizões como Fórum de Empresas e Direitos LGB-TI+, Coalizão Empresarial para Equidade Racial e de Gênero, Pacto pela Inclusão de Pessoas com Deficiência e Coalizão Empresarial pelo Fim da Violência contra Mulheres e Meninas.

Fora do ambiente de trabalho, historicamente, a Gerdau lidera ações de alto impacto social, estimulando seus colaboradores a atuarem como voluntários, por exemplo, em atividades de construção e reforma de moradias. Durante a pandemia da Covid-19, essa vocação se fez mais presente do que nunca. Apenas para dar um exemplo, a empresa contribuiu para a construção de três hospitais (dois em São Paulo e um em Porto Alegre), ampliando o atendimento aos enfermos em meio à crise sanitária.

Projetada para o futuro, a política de responsabilidade social da Gerdau está focada em iniciativas que buscam soluções para os graves dilemas da sociedade, como a falta de moradia para a população carente. Neste sentido, o programa Reforma que Transforma, o maior projeto social da história da empresa, agrega

o conhecimento do setor de habitação à expertise de gestão adquiridos pela companhia no decorrer de sua história centenária. Ao longo dos próximos dez anos, serão destinados ao projeto R\$ 40 milhões.

Desde que, em 1901, João Gerdau adquiriu a fábrica de pregos em uma esquina do Caminho Novo, em Porto Alegre, a Gerdau não parou de crescer. Nesse tempo, seus descendentes se mantiveram próximos ao dia a dia dos negócios. A quinta e última geração havia assumido a direção executiva da empresa em 2007 (André Bier Gerdau Johannpeter como presidente e Cláudio Gerdau Johannpeter na vice-presidência).

Em 2018, pela primeira vez, a Gerdau escolheu um presidente – Gustavo Werneck – que não faz parte da família fundadora, a qual continua atuante no Conselho de Administração. Guilherme Chagas Gerdau Johannpeter é, atualmente, presidente do órgão, enquanto André Bier Gerdau Johannpeter e Cláudio Gerdau Johannpeter atuam como vice-presidentes do Conselho.

A profissionalização da alta direção é parte da transformação permanente da Gerdau, que molda o futuro para se tornar uma organização cada vez mais digital, inovadora, diversa e inclusiva. E que, ainda assim, preserva valores e princípios que lhe deram solidez ao longo de 120 anos. Desse modo, a Gerdau é como uma árvore que não para de dar frutos. Tão importante quanto o que colheu ao longo de sua história são as sementes que está deixando para o futuro.

Expediente

Elaborado pelo Núcleo de Projetos Especiais da Revista AMANHÃ. Redação e pesquisa: Paulo César Teixeira. Design gráfico: Pabline Corrêa.



Cuidar é bom. Ter Uniodonto é *melhor*.



O que é A Nova Equação?

É a expressão mais profunda do que temos ouvido de nossos clientes: a necessidade de construir confiança com seus *stakeholders* e produzir resultados sustentáveis. Somos uma comunidade de *solvers*, movida e apaixonada por desafios, que se une para criar novas soluções para novos tempos.

Essa é A Nova Equação.

www.pwc.com.br/a-nova-equacao



PwC Brasil



@PwCBrasil



PwC Brasil



@PwCBrasil



PwC Brasil



@PwCBrasil



Neste documento, "PwC" refere-se à PricewaterhouseCoopers Brasil Ltda., firma membro do network da PricewaterhouseCoopers, ou conforme o contexto sugerir, ao próprio network. Cada firma membro da rede PwC constitui uma pessoa jurídica separada e independente. Para mais detalhes acerca do network PwC, acesse: www.pwc.com/structure

© 2022 PricewaterhouseCoopers Brasil Ltda. Todos os direitos reservados.