



Workshop IV

Aprimoramento do Sistema de Gestão da Inovação

SISTEMA EPR

Estratégia – Projetos - Resultados

SISTEMA DE GESTÃO DA INOVAÇÃO

EPR

SISTEMA DE GESTÃO DA INOVAÇÃO

1 Definir
ESTRATÉGIA



2 Gerenciar
PORTFÓLIO



3 Desenvolver
PROJETOS



4 Verificar
DESEMPENHO



5 Implantar
MELHORIAS



**ESTRATÉGIAS
DE INOVAÇÃO**

**PROJETOS
DE INOVAÇÃO**

**RESULTADOS
DE INOVAÇÃO**



**EAN
ANÁLISE
DE NEGÓCIOS**



**DESAFIOS
DE INOVAÇÃO**



**IDENTIFICAÇÃO
DE PROJETOS**



**SELEÇÃO
DE PROJETOS**



**DESENVOLVIMENTO
DE PROJETOS**



**VERIFICAÇÃO
DOS RESULTADOS**



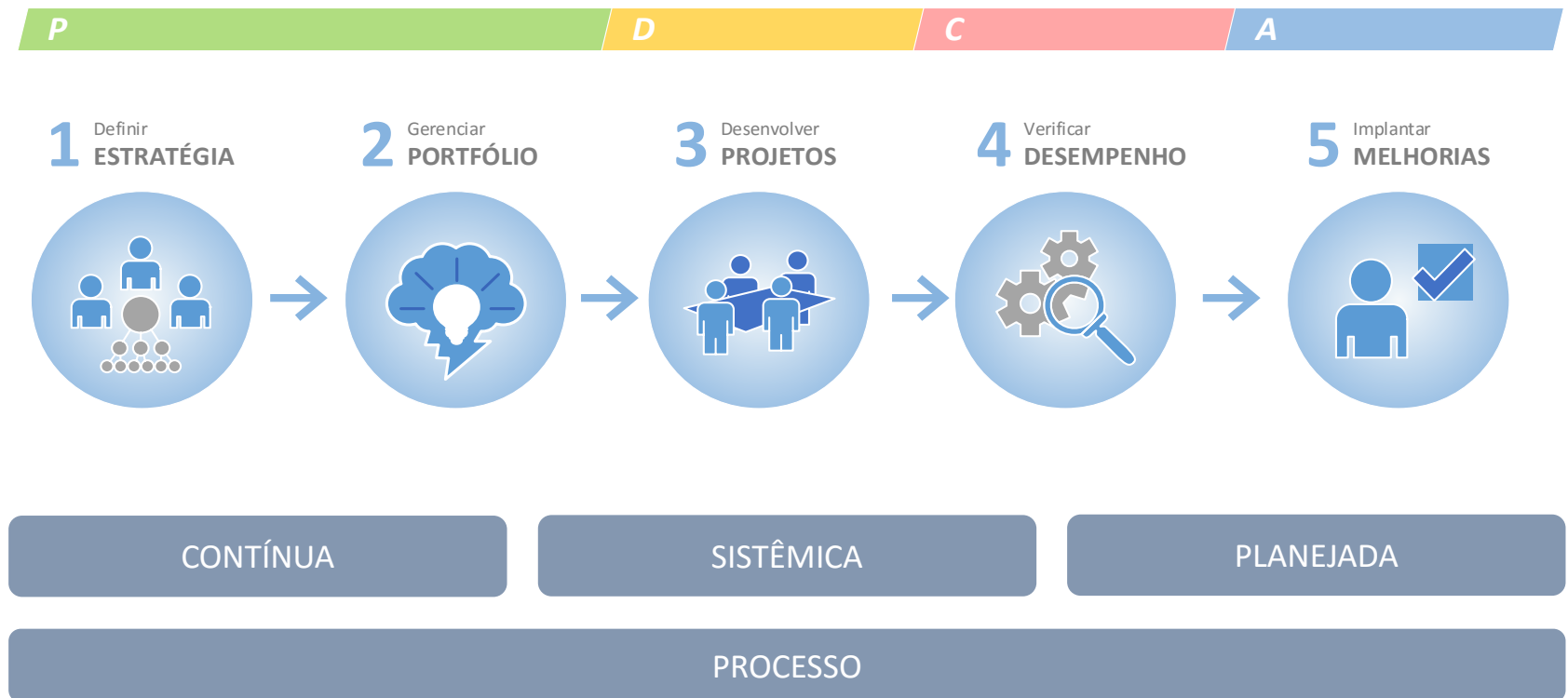
**MELHORIA
DO SISTEMA**

PARA TORNAR A INOVAÇÃO UMA ROTINA

Contínua + Sistemica + Planejada = Processo



MODELO DE GESTÃO DO PROCESSO DE INOVAÇÃO



EPR

SISTEMA DE GESTÃO DA INOVAÇÃO

**ESTRATÉGIAS
DE INOVAÇÃO**

**PROJETOS
DE INOVAÇÃO**

**RESULTADOS
DE INOVAÇÃO**



EAN
ANÁLISE
DE NEGÓCIOS



**DESAFIOS
DE INOVAÇÃO**



**IDENTIFICAÇÃO
DE PROJETOS**



**SELEÇÃO
DE PROJETOS**



**DESENVOLVIMENTO
DE PROJETOS**



**VERIFICAÇÃO
DOS RESULTADOS**



**MELHORIA
DO SISTEMA**

EPR

SISTEMA DE GESTÃO DA INOVAÇÃO

**ESTRATÉGIAS
DE INOVAÇÃO**

**PROJETOS
DE INOVAÇÃO**

**RESULTADOS
DE INOVAÇÃO**



EAN
ANÁLISE
DE NEGÓCIOS



**DESAFIOS
DE INOVAÇÃO**



**IDENTIFICAÇÃO
DE PROJETOS**



**SELEÇÃO
DE PROJETOS**



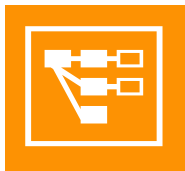
**DESENVOLVIMENTO
DE PROJETOS**



**VERIFICAÇÃO
DOS RESULTADOS**



**MELHORIA
DO SISTEMA**

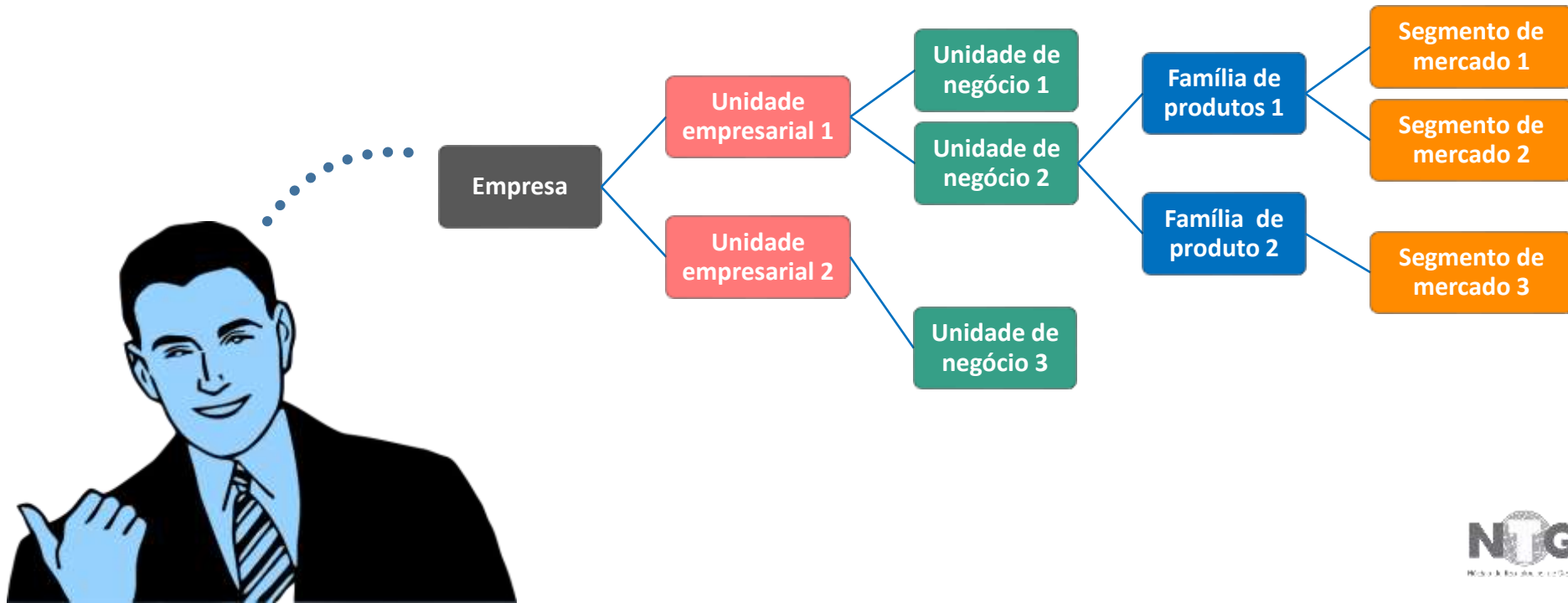


EAN

ESTRUTURA ANALÍTICA DE NEGÓCIOS



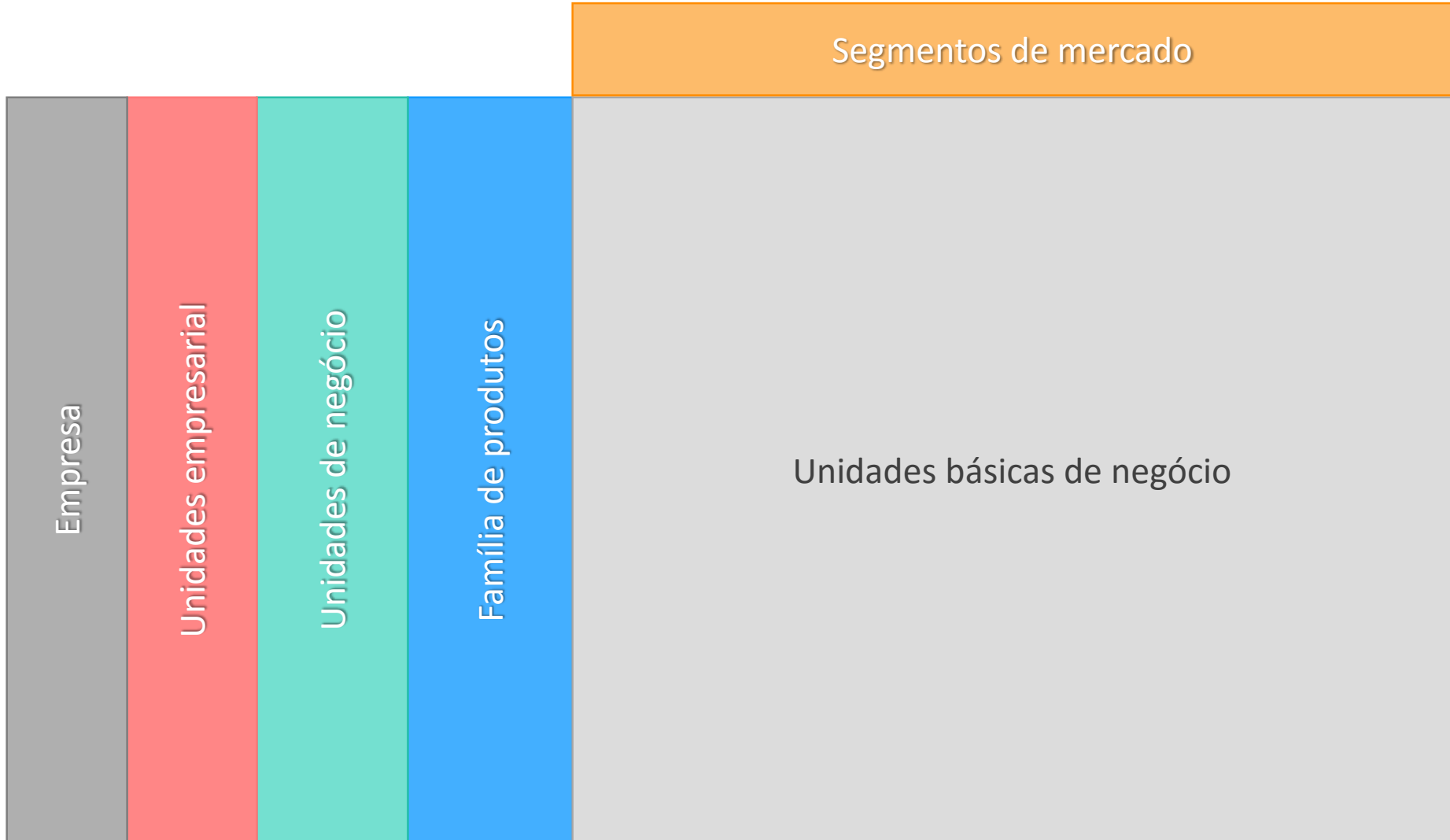
A EAN é um **mapa conceitual** que representa o **modelo mental** desenvolvido e utilizado pelos membros da empresa.





EAN

ESTRUTURA ANALÍTICA DE NEGÓCIOS





Classificação das unidades básicas de negócio

Negócio aberto

- Mercado em formação
- Clientes experimentando produtos
- Modelo de negócio em formação
- Inovações disruptivas

Negócio maduro

- Mercado em processo de saturação
- Clientes saciados
- Modelo de negócio consolidado
- Inovações sustentadoras

Negócio
maduro

1

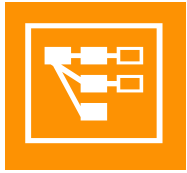
2

3

4

5

Negócio
aberto

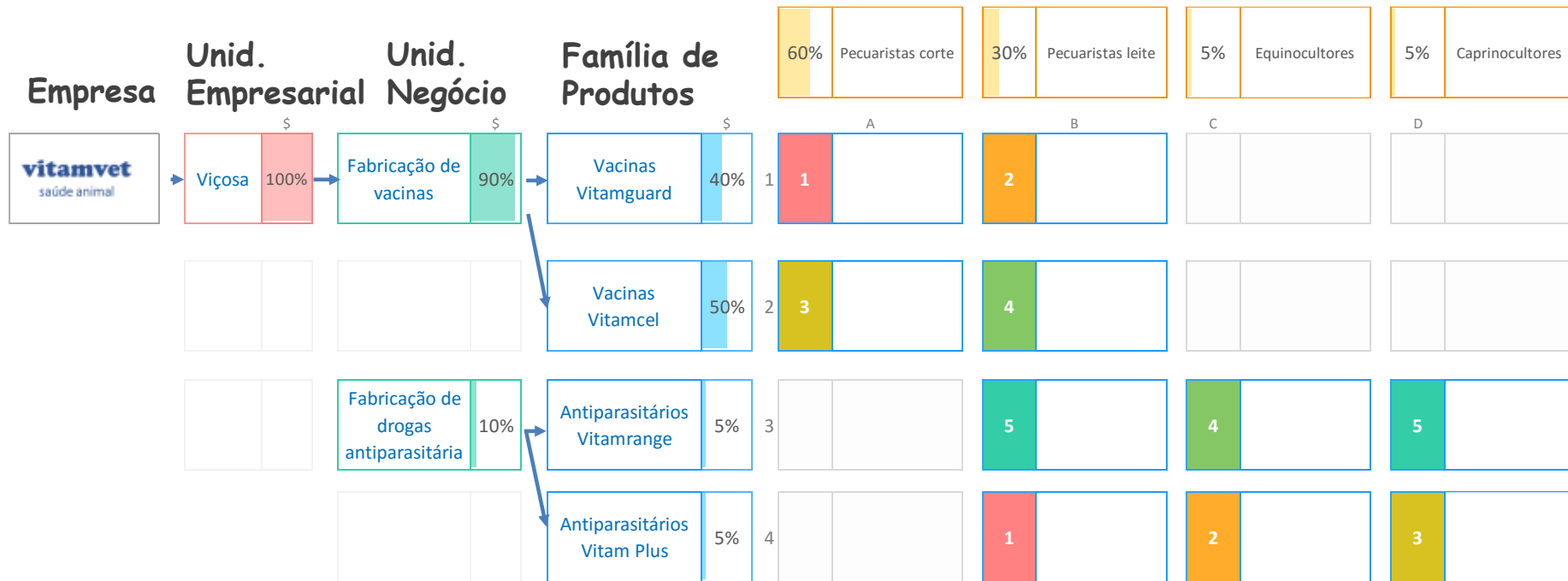


EAN

ESTRUTURA ANALÍTICA DE NEGÓCIOS

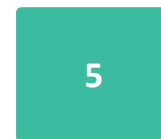


Segmentos de Mercado



Unidades básicas de negócio

Negócio maduro



Negócio aberto



DESAFIOS DA INOVAÇÃO



desafios de inovação

novos mercados

novas estratégias

novos serviços e produtos

novos processos

novas tecnologias

novas metodologias

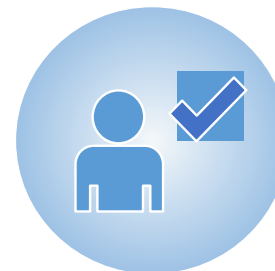
1 Definir
ESTRATÉGIA

2 Gerenciar
PORTFÓLIO

3 Desenvolver
PROJETOS

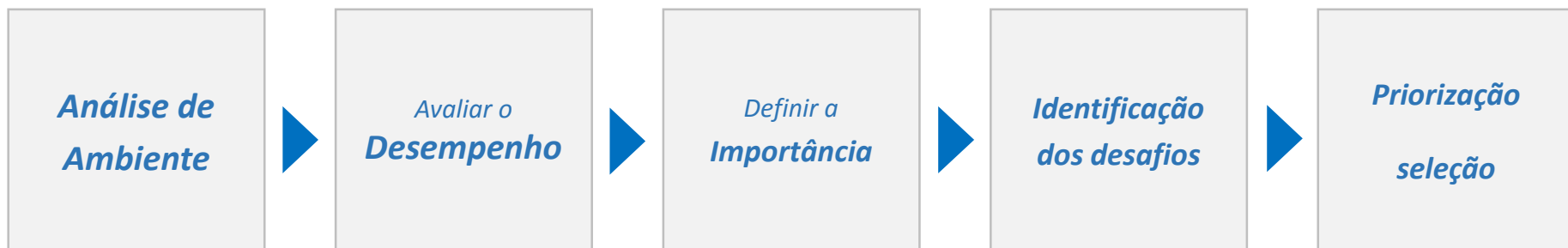
4 Verificar
DESEMPENHO

5 Implantar
MELHORIAS

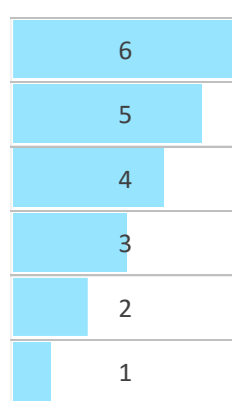
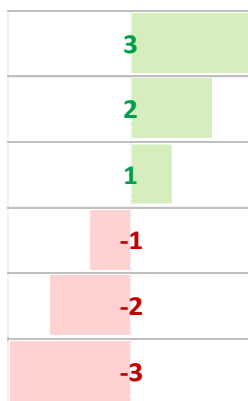




Como definir os desafios de inovação para o negócio?



FORÇA
FRAQUEZA
OPORTUNIDADE
AMEAÇA



Dominar novas tecnologias
Melhorar eficiência
Estabelecer parcerias
Elevar qualidade
Reduzir os custos de produção
Aprimorar tecnologia

POTENCIAL	PESO	
BAIXO	☆	
BAIXO	☆	
ALTO	★	
MÉDIO	★	
ALTO	★	X
MÉDIO	☆	

FATORES DE ANÁLISE

Fatores sob os quais a empresa possui capacidade de **planejar, influenciar e gerenciar** para atingir seus objetivos



AMBIENTE INTERNO



Exemplos

- Conhecimento técnico
- Experiência comercial
- Relações de parceria
- Domínio da tecnologia
- Presença de mercado
- Qualidade do serviço
- Visibilidade da marca
- Imagem no mercado
- Gestão e planejamento
- Capacidade de inovação

FATORES DE ANÁLISE

Fatores externos sob os quais a empresa não possui capacidade de gerenciar ou influenciar, mas que **impactam** no negócio



AMBIENTE EXTERNO



Exemplos

- Desempenho dos concorrentes
- Situação dos consumidores
- Confiança do mercado
- Desempenho da economia
- Legislação e regulamentações
- Desenvolvimento tecnológico
- Mercados emergentes

DESEMPENHO



MUITO SUPERIOR AOS CONCORRENTES

Desempenho superior em todos os processos

SUPERIOR AOS CONCORRENTES

Desempenho superior em vários processos

POUCO SUPERIOR AOS CONCORRENTES

Desempenho superior em alguns processos e similar em outros

POUCO INFERIOR AOS CONCORRENTES

Desempenho inferior em alguns processos e similar em outros

INFERIOR AOS CONCORRENTES

Desempenho inferior em vários processos

MUITO INFERIOR AOS CONCORRENTES

Desempenho inferior em todos os processos

DESEMPENHO SUPERIOR

- Influencia positivamente na escolha dos clientes
- Clientes reconhecem o destaque da empresa
- Concorrentes reconhecem o destaque da empresa
- É fácil identificar ações desenvolvidas pela empresa para aumentar ou manter o desempenho
- É tratado como fator estratégico e diferencial

DESEMPENHO INFERIOR

- Influencia negativamente na escolha dos clientes
- Clientes e concorrentes reconhecem o desempenho inferior da empresa
- É fácil identificar a inexistência ou ineficácia das ações desenvolvidas pela empresa para aumentar ou manter o desempenho

IMPORTÂNCIA



IMPORTÂNCIA SUPERIOR

- Desempenho inferior acarretará em perda de vendas e/ou aumento de custos
- A sobrevivência da empresa está associada à manutenção de um elevado desempenho neste quesito
- A empresa necessita manter um desempenho superior neste quesito para se manter ou elevar sua participação no mercado

IMPORTÂNCIA INFERIOR

- Uma elevação de desempenho no fator não proporcionará aumento de vendas ou redução de custos
- A empresa necessita manter um desempenho superior neste quesito para se manter ou elevar sua participação no mercado



DESAFIOS DA INOVAÇÃO



NEGÓCIO		FATORES DE ANÁLISE		RELAÇÃO	DESEMPENHO	IMPORTÂNCIA	DESAFIOS	POTENCIAL	PESO		
B3	Antiparasitários Vitamrange Família de produtos	Pecuarista de Leite Segmento de mercado	INTERNO	Conhecimento técnico	FORÇA	2	4				
				Experiência comercial	FORÇA	2	5				
				Parcerias desenvolvidas	FORÇA	2	4				
				Domínio da tecnologia	FORÇA	3	4				
			Custos de produção	FRAQUEZA	-1	3	Negociar com fornecedores	BAIXO			
			Concorrência	AMEAÇA	-3	6	Criar diferencial no produto frente aos concorrentes	ALTO		X	
			Situação dos consumidores	OPORTUNIDADE	1	4					
			EXTERNO	Confiança do mercado	AMEAÇA	-3	6	Implementar estratégia de marketing	MÉDIO		
				Desempenho da economia	AMEAÇA	-1	4	Aprimorar o relacionamento e negociação com distribuidores	MÉDIO		
				Legislação e regulamentação	AMEAÇA	-2	6	Implementar programa de gestão da qualidade	MÉDIO		
B4	Antiparasitários Vitam Plua Família de produtor	Pecuarista de Leite Segmento de mercado		INTERNO	Conhecimento técnico	FORÇA	3	5			
			Experiência comercial		FRAQUEZA	-2	3	Aumentar o número de pontos de vendas estratégicos	ALTO		X
			Parcerias desenvolvidas		FRAQUEZA	-1	3	Qualificar novos terceirizadores	MÉDIO		
			Domínio da tecnologia		FORÇA	3	4				
			Custos de produção	FORÇA	1	3					
			Concorrência	OPORTUNIDADE	2	4					
			Situação dos consumidores	OPORTUNIDADE	1	4					
			EXTERNO	Confiança do mercado	AMEAÇA	-1	3	Aumentar a divulgação da marca para o público alvo	MÉDIO		
				Desempenho da economia	AMEAÇA	-3	6	Criar estratégias de marketing, como promoções, pacotes, assinaturas	ALTO		
				Legislação e regulamentação	OPORTUNIDADE	1	2				
NO				Conhecimento técnico							
			Experiência comercial								

EPR

SISTEMA DE GESTÃO DA INOVAÇÃO

*ESTRATÉGIAS
DE INOVAÇÃO*

*PROJETOS
DE INOVAÇÃO*

*RESULTADOS
DE INOVAÇÃO*



EAN
ANÁLISE
DE NEGÓCIOS



**DESAFIOS
DE INOVAÇÃO**



**IDENTIFICAÇÃO
DE PROJETOS**



**SELEÇÃO
DE PROJETOS**



**DESENVOLVIMENTO
DE PROJETOS**



**VERIFICAÇÃO
DOS RESULTADOS**



**MELHORIA
DO SISTEMA**



IDENTIFICAÇÃO DE PROJETOS



Ferramenta para cadastro e acompanhamento de ideias

1º - Insira o **Código**, o **Nome da Ideia** e as demais informações de cadastro

2º - Avalie a ideia para cada um dos itens apresentados a seguir. Para cada um dos itens, defina o peso.

CADASTRO Desenvolver Congelar Descartada A avaliar

COD.	Nome da ideia	Descrição da ideia	Data do cadastro	Nome do idealizador	Categoria de enquadramento da ideia	Desafio
1	Automação da esteira	Automação da esteira de abastecimento da embaladora para aumento da produtividade da linha	14/01/2015	João Pedro	PROCESSO	A1-1
2	Tampa dosadora	Ajuste da tampa da embalagem para dosar a aplicação	14/01/2015	João Pedro	PRODUTO/SERVIÇO	A1-4
3	Substrato novo	Utilizar novo substrato para cultivo de agentes biológicos imunes	06/03/2015	Lucas Silva	PROCESSO	A1-1
4	Monitoramento remoto	Retirar interface digital e utilizar sistema de monitoramento remoto das linhas de envase	12/04/2015	Maria Silva	PROCESSO	A1-1
5	Manual ilustrado	Incluir ilustrações no manual de aplicação para facilitar o entendimento	06/05/2015	Jorge Augusto	PRODUTO/SERVIÇO	A1-4
6	Brindes para clientes	Fornecer brindes para os clientes que contribuírem com ideias	15/07/2015	Jorge Augusto	MARKETING	
7	Linha econômica	Desenvolver uma linha de produtos para aplicação em baixa escala, com foco em baixo custo para o cliente	15/07/2015	Jorge Augusto	PRODUTO/SERVIÇO	A1-4
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						

AVALIAÇÃO DE CADASTRO			
Facilidade de execução	Aderência ao desafio	Grau de novidade	NOTA 1
1	1	1	
2	5	2	52%
4	4	4	80%
2	4	5	84%
2	3	1	32%
4	1	1	32%
4		1	28%
3	5	5	92%
			0%
			0%
			0%
			0%
			0%
			0%
			0%



SELEÇÃO DE PROJETOS



Ferramenta para avaliação e seleção de ideias

1º - Insira o Código da ideia a ser avaliada

2º - Avalie cada ideia, de acordo com os critérios indicados: **Aumento de Valor para o Cliente** e **Redução de Custos**

3º - Para cada ideia avaliada, tome a decisão de desenvolver, congelar ou descartar a ideia

CCD	Nome da ideia	Desafio	NOTA 1	AÇÃO DE SELEÇÃO			NOTA 2	NOTA FIABL	DECISÃO		MÉDIA	Dias para avaliação
				Data Avaliação	Aumento do valor para o cliente	Redução de custos			DECISÃO	Observação		
1	Automação da esteira	A11	52%	14/03/2015	0	4	40%	46%	CONGELAR	Aguardando nova proposta do idealizador com relação ao objetivo da ideia	41	31
3	Substrato novo	A11	84%	19/04/2015	3	2	50%	67%	DESENVOLVER			40
2	Tampa dosadora	A14	80%	19/04/2015	5	0	50%	65%	DESENVOLVER			91
4	Monitoramento remoto	A11	32%	19/04/2015	0	3	30%	31%	DESCARTAR			3
7	Linha econômica	A14	92%	20/07/2015	5	0	50%	71%	DESENVOLVER			5
5	Manual ilustrado	A14	32%	20/07/2015	4	3	70%	51%	DESENVOLVER			75



PDPProjetos

Plano de Desenvolvimento de Projetos



Ferramenta de planejamento e acompanhamento dos PROJETOS DE INOVAÇÃO


1º - Insira o Código do Projeto

2º - Planejar as atividades que serão desenvolvidas

3º - Acompanhar o andamento dos projetos

ÍD. DO PROJETO	DESCRIÇÃO	LÍDER	DESAFIO	SITUAÇÃO			RESULTADOS	
2	Tampa dosadora	João Carlos Gomes	AS-4	EM DESENVOLVIMENTO				
Ações		Responsável	Início	Duração (dias)	Término	STATUS	\$ Planejado	\$ Executado
Avaliar a existência de soluções similares, por meio de pesquisas na internet, bancos de patente e consulta à fornecedores		João Carlos Gomes	20/04/15	15	05/05/15	CONCLUIDO	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Buscar um feedback da ideia junto à clientes mais próximos		João Carlos Gomes	20/04/15	15	05/05/15	CONCLUIDO	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Desenvolver um protótipo junto a um fornecedor		João Carlos Gomes	10/05/15	15	25/05/15	CONCLUIDO	R\$ 100,00	R\$ 130,00
Testar o protótipo junto a clientes com perfil diferentes e coleta informações sobre a aplicação		Flávia de Almeida	25/05/15	20	14/06/15	CONCLUIDO	R\$ 1.000,00	R\$ 1.356,00
Analisar os resultados dos testes		João Carlos Gomes	15/06/15	10	25/06/15	CONCLUIDO	R\$ 0,00	R\$ 270,00
Avaliar a viabilidade de produção junto a um fornecedor		João Carlos Gomes	25/06/15	20	15/07/15	EM ANDAMENTO	R\$ 1.000,00	
Acompanhar o desenvolvimento junto ao fornecedor		João Carlos Gomes	15/07/15	20	04/08/15	EM ANDAMENTO	R\$ 1.000,00	
Atualizar manual de instruções		Kátia Andrade	15/07/15	10	25/07/15	EM ANDAMENTO	R\$ 0,00	
Produzir lista piloto com o novo componente		Marcelo Augusto	10/08/15	7	17/08/15	PENDENTE	R\$ 0,00	
Fazer campanha publicitária para divulgar o novo componente		Kátia Andrade	25/07/15	30	24/08/15	PENDENTE	R\$ 5.000,00	
Acompanhar em campo a utilização do dosador		Flávia de Almeida	20/08/15	20	09/09/15	PENDENTE	R\$ 6.000,00	

Observações:





Ferramenta de planejamento e acompanhamento do DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO (PTec)

H Home	0 Planejamento	1 Nec. dos clientes	2 Projeto conceitual	3 Projeto básico
O Orientações	0.1 Escopo do produto	1.1 Público-alvo	2.1 Qualidade projetada	3.1 Arquitetura do produto
E Estágio de desenvolvimento	0.2 Escopo do projeto	1.2 Requisitos dos clientes	2.2 Restrições do projeto	3.2 Analisar SSCs
C Cronograma de execução	0.3 Gestão de riscos	1.3 Desempenho concorrentes	2.3 Modelo funcional	3.3 Concepção do produto
T TPM	0.4 Orçamento do projeto	1.4 Planejamento da qualidade	2.4 Modelo inicial	3.4 Plano macro do processo
	0.5 Viabilidade eco-fin	1.5 Viabilidade eco-fin	2.5 Viabilidade eco-fin	3.5 Viabilidade eco-fin
0 Fase 0 - Planejamento	18%	20%	25%	62%
1 Fase 1 - Nec. dos clientes				
2 Fase 2 - Projeto conceitual				
3 Fase 3 - Projeto básico				
4 Fase 4 - Projeto detalhado	4 Projeto detalhado	5 Produção Inicial	6 Lançamento	
	4.1 SSCs	5.1 Recursos de produção	6.1 Processo de vendas	
	4.2 Plano do processo	5.2 Processo de produção	6.2 Processo de distribuição	
	4.3 Embalagem	5.3 Pessoal da produção	6.3 Processo de SAC	
	4.4 Teste e homologação	5.4 Certificação	6.4 Marketing de lançamento	
	4.5 Viabilidade eco-fin	5.5 Viabilidade eco-fin	6.5 Viabilidade eco-fin	
	16%	11%	0%	

EPR

SISTEMA DE GESTÃO DA INOVAÇÃO

*ESTRATÉGIAS
DE INOVAÇÃO*

*PROJETOS
DE INOVAÇÃO*

*RESULTADOS
DE INOVAÇÃO*



EAN
ANÁLISE
DE NEGÓCIOS



**DESAFIOS
DE INOVAÇÃO**



**IDENTIFICAÇÃO
DE PROJETOS**



**SELEÇÃO
DE PROJETOS**



**DESENVOLVIMENTO
DE PROJETOS**



**VERIFICAÇÃO
DOS RESULTADOS**



**MELHORIA
DO SISTEMA**



Por que verificar o Sistema de Gestão da Inovação e seus Resultados?

- Avaliar se os objetivos estabelecidos estão sendo alcançados
- Mensurar quanto de recurso é alocado em atividades de inovação
- Estimular a superação de metas e promover a cultura de inovação na empresa
- Estimular a manutenção de um portfólio de inovação equilibrado
- Incentivar a interação e o aprendizado da organização
- Identificar pontos a serem melhorados no Sistema de Gestão da Inovação
- Resolver problemas



Definição de métricas

- Porque utilizar métricas certas?
 - Métricas certas estimulam a inovação
 - Métricas erradas ou mal aplicadas podem iludir as empresas
 - Existem métricas que são interessantes, mas que são de difícil implantação
 - Os bons indicadores são derivados da estratégia da empresa

- As métricas de inovação devem:
 - Garantir que recursos sejam alocados em atividades de inovação;
 - Incentivar a interação e o aprendizado da organização;
 - Estimular a manutenção de um portfólio de inovação equilibrado.



Verificação dos resultados



PILARES DE VERIFICAÇÃO DO SISTEMA EPR



Verificação

	MÉTRICA	Unid.	Meta	ANO			
				1º trim.	2º trim.	3º trim.	4º trim.
ESTRATÉGIA							
PROJETOS							
RESULTADOS							



PILARES DE VERIFICAÇÃO DO SISTEMA EPR

ESTRATÉGIA

MÉTRICA	Unid.	Meta	ANO			
			1º trim.	2º trim.	3º trim.	4º trim.
Reuniões para discussão de estratégias	quant.	3	2	2	2	2
Reuniões para avaliação dos negócios	quant.	1	1	1	1	1
Reuniões para verificação do andamento dos desafios	quant.	3	3	2	2	2
Metas futuras definidas	1 - 5	5	3	4	5	5



PILARES DE VERIFICAÇÃO DO SISTEMA EPR

PROJETOS

MÉTRICA	Unid.	Meta	ANO			
			1º trim.	2º trim.	3º trim.	4º trim.
Novas ideias geradas	quant.	20	15	16	12	8
Ideias/funcionário	quant.	5	3,4	4,0	3,2	4,4
Horas semanais dedicadas a projetos de inovação	horas	3	2,2	2,6	2,8	3,2
Protótipos testados	quant.	5	1	1	0	2



Verificação
dos resultados



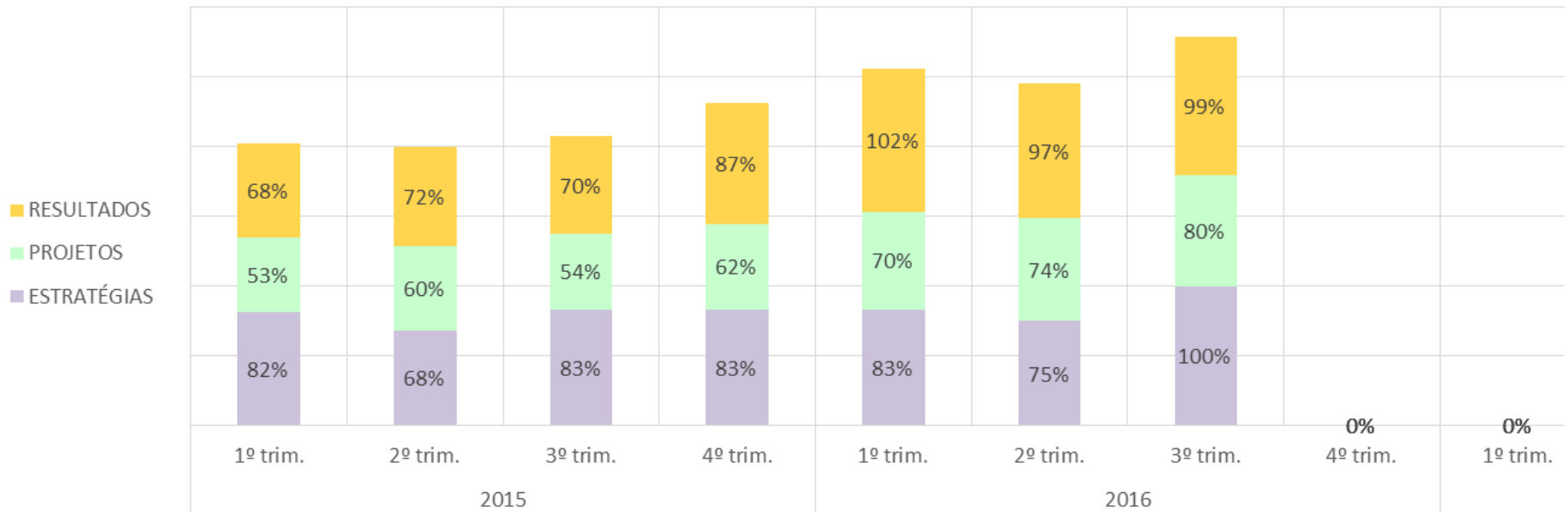
PILARES DE VERIFICAÇÃO DO SISTEMA EPR

RESULTADOS

MÉTRICA	Unid.	Meta	ANO			
			1º trim.	2º trim.	3º trim.	4º trim.
Produtos com menos de 1 ano de lançamento no portfólio	quant.	5	2	2	2	2
Desafios concluídos	quant.	5	2	3	1	4
Satisfação com ambiente de inovação	%	90%	76%	68%	79%	82%
Faturamento novos produtos	R\$	50.000	21.640	27.890	32.457	47.890
Faturamento total	R\$	150.000	127.240	129.570	132.457	158.905
Custos totais	R\$	100.000	97.580	98.765	95.789	96.783

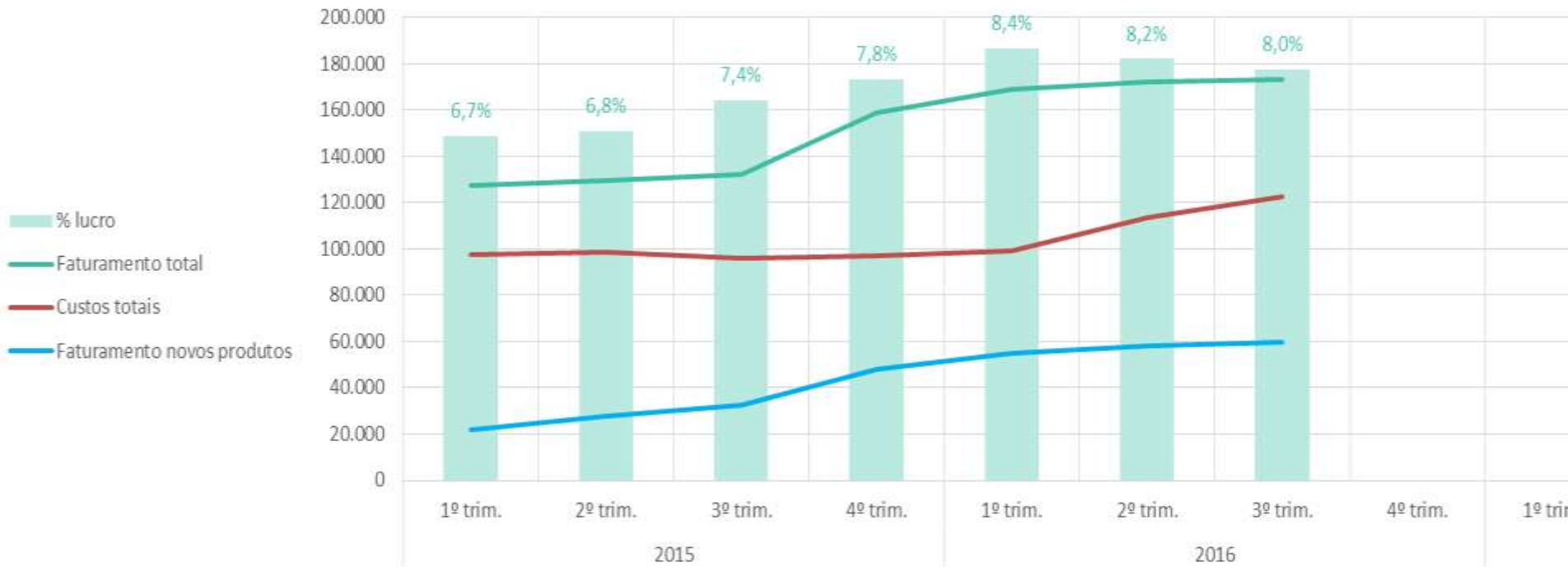


Verificação dos resultados





Verificação dos resultados



ATIVIDADE

Verificação dos Resultados



Verificação
dos resultados



SISTEMA EPR				2015			
MÉTRICA		Unid.	Meta	1º trim.	2º trim.	3º trim.	4º trim.
ESTRATÉGIA	Reuniões para discussão de estratégias	quant.	3	2	2	2	2
	Reuniões para avaliação dos negócios	quant.	1	1	1	1	1
	Reuniões para verificação do andamento dos desafios	quant.	3	3	2	2	2
	Metas futuras definidas	1-5	5	3	2	5	5
PROJETOS	Novas ideias geradas	quant.	20	15	16	12	8
	Ideias/funcionário	quant.	5	3,4	4,0	3,2	4,4
	Horas semanais dedicadas a projetos de inovação	horas	3	2,2	2,6	2,8	3,2
	Protótipos testados	quant.	5	1	1	0	2
	Projetos em execução	quant.	5	2	2	3	2
RESULTADOS	Produtos com menos de 1 ano de lançamento no portfólio	quant.	5	2	2	2	2
	Desafios concluídos	quant.	5	2	3	1	4
	Satisfação com ambiente de inovação	%	90%	76%	68%	79%	82%
	Faturamento novos produtos	R\$	50.000	21.640	27.890	32.457	47.890
	Faturamento total	R\$	150.000	127.240	129.570	132.457	158.905
	Custos totais	R\$	100.000	97.580	98.765	95.789	96.783
	% lucro	%	8,00%	6,70%	6,80%	7,40%	7,80%

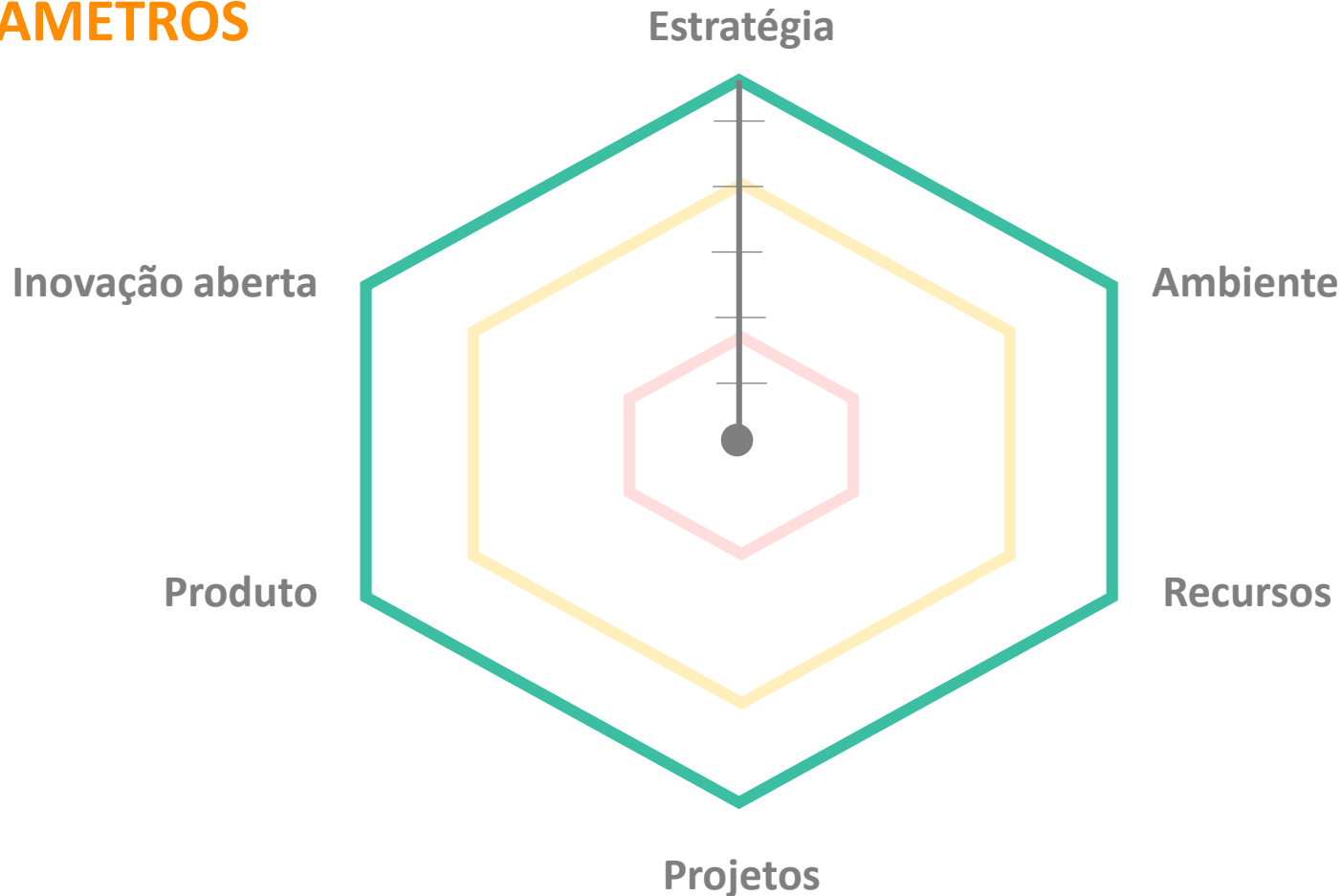


Melhoria
do sistema de inovação



ANÁLISE CRÍTICA PELA ADMINISTRAÇÃO

PARÂMETROS





Melhoria do sistema de inovação



ANÁLISE CRÍTICA PELA ADMINISTRAÇÃO

Estratégia	3
Diferenciais dos negócios bem definidos	2
Visão de futuro entendida e compartilhada por todos	4
Metas futuras claras e alcançáveis	2
Desafios definidos e compreendidos por todos	3
Desafios alinhados com a visão de futuro da empresa	4

Ambiente	3,6
Equipe confia na criatividade e na inovação	4
Espaço estimulante para a inovação e criatividade	3
Inovações são frequentes na empresa	4
Experimentação e testes são rotina de inovação	3
Todos estão envolvidos com inovação	4

Recursos	2
Instalações e equipamentos adequados para inovação	2
Equipe competente e qualificada	3
O banco de ideias possui muitas ideias	3
Os recursos financeiros são suficientes	1
A empresa consegue desenvolver vários projetos	1

Projetos	2,25
Projetos de inovação robustos e consistentes	3
Banco de projetos diversificado	3
Cientes aprovam e utilizam protótipos	2
Prazos e orçamentos são cumpridos	1

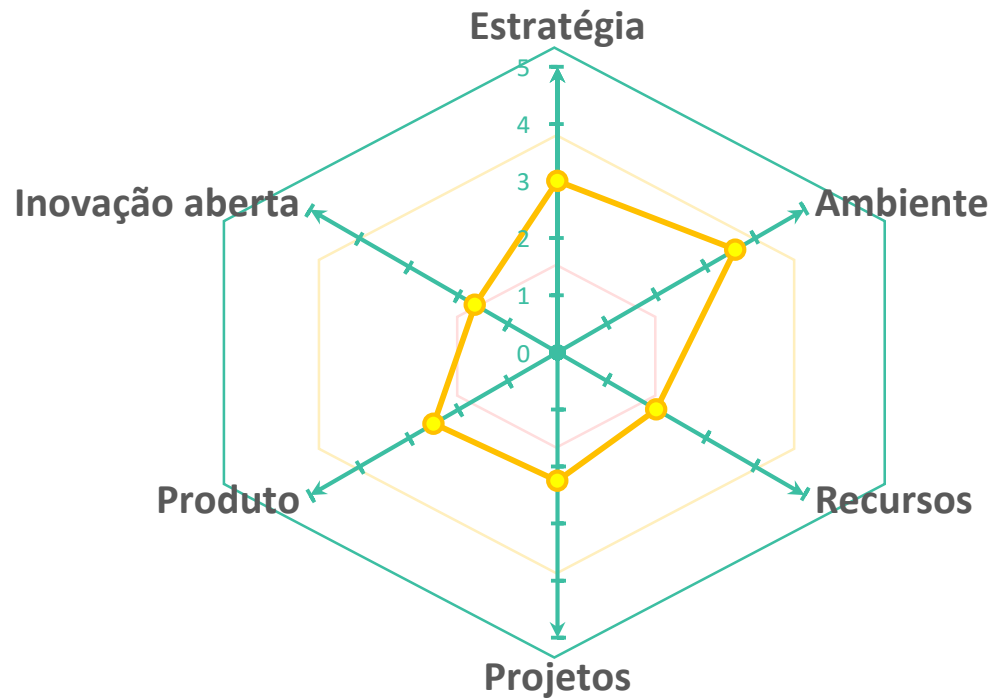
Produto	2,5
A empresa lança novos produtos com frequência	2
Os clientes reconhecem que os produtos são inovadores	3

Inovação aberta	1,7
Os clientes participam dos projetos	2
Cooperação tecnológica é frequente	1
Desenvolvimento colaborativo com outras empresas	2



ANÁLISE CRÍTICA PELA ADMINISTRAÇÃO

Gráfico RADAR



ATIVIDADE

Melhoria



Análise crítica

Estratégia	NOTA

Ambiente	NOTA

Recursos	NOTA

Projetos	NOTA

Produto	NOTA

Inovação aberta	NOTA



SISTEMA EPR



EPR
SISTEMA DE GESTÃO DA
INOVAÇÃO



**ESTRATÉGIAS
DE INOVAÇÃO**

**PROJETOS
DE INOVAÇÃO**

**RESULTADOS
DE INOVAÇÃO**



EAN



DESAFIOS



IDENTIFICAÇÃO



SELEÇÃO



PDProjetos



VERIFICAÇÃO

Unidades de negócio
ID

Desafios de inovação				
ID	DESAFIO	META	UNID.	PRAZO

Ideias identificadas	
META	REAL

Ideias selecionadas	
META	REAL

Projetos desenvolvidos	
META	REAL

Resultados	
STATUS	RESULTADO

A1
A1

A1-1	Reduzir custos de produção para aumentar a inserção no mercado	30%	\$	out-15
A1-4	Melhorar os produtos para expandir o mercado	5	Produtos	fev-16

15	3
15	3

10	3
10	3

5	1
5	1

CONCLUÍDO	25%
EM ANDAMENTO	



*Grupo de Pesquisa e Extensão Tecnológica da
Universidade Federal de Viçosa*

e-mail ntg@ntg.ufv.br

telefone + 55 31 3899 4086 | 4087

web www.ntg.ufv.br

Endereço

Universidade Federal de Viçosa (UFV)

Departamento de Engenharia de Produção e Mecânica (DEP)

Avenida Prof. Peter Henry Rolfs, s/n – Campus Universitário

CEP: 36570-900 – Viçosa – MG

Departamento de Engenharia de Produção e Mecânica (DEP-UFV)

