



Calçados Femininos

RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA

JUNHO | 2015



Inovação aberta

Vantagem competitiva para indústria calçadista

Para obter diferenciação e se destacar no mercado, as empresas precisam se manter atualizadas e buscar novas maneiras de inovar. Assim, a inovação aberta chega ao mercado para proporcionar vantagem competitiva às organizações, sejam elas de pequeno, médio ou grande porte. Portanto, o Relatório de Inteligência deste mês tem como finalidade apresentar conceitos sobre o tema, dicas de como adotar tal prática e vantagens oferecidas ao pequeno empresário calçadista.



Inovação aberta (open innovation): o termo foi criado em 2003. O método consiste em mudar o pensamento de que a pesquisa e o desenvolvimento devem ficar restritos à equipe interna.

A proposta: integrar ideias, conhecimentos e tecnologias de dentro e fora da empresa na atividade de inovação, fazendo com que atores externos, como estudantes, consumidores, fornecedores e até mesmo outras empresas, possam participar e enriquecer o processo.

Como surgiu?

A necessidade deste novo conceito surgiu quando se percebeu que o modelo antigo de inovação (restrito à equipe interna) tinha um investimento muito alto e oferecia poucas soluções de sucesso ao mercado.

Fontes: Inovação aberta. Jogo da inovação – Sistema FIEB. Katia Simões. Inovação aberta não é só para gente grande. Pequenas Empresas & Grandes Negócios. Ronald Dauscha. O que é essa tal de inovação aberta?. Endeavor Brasil. 2012. Glessia Silva. Antonio Luiz Rocha Dacorso. Inovação aberta como uma vantagem competitiva para a micro e pequena empresa. Revista de Administração e Inovação. 2013. Criação coletiva. Pesquisa Fapesp. 2014.

Inovação aberta x inovação fechada: as diferentes visões dos empresários

Evolução do conceito

Na inovação fechada, a atividade de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) era feita exclusivamente por uma equipe interna, sem interferência e opinião de pessoas externas. A mudança deste paradigma começou quando, mesmo dentro da organização, colaboradores de outros departamentos começaram a participar do processo. Em seguida, pessoas de fora da companhia também passaram a fazer parte das atividades.

Inovação aberta x inovação fechada

Muitas empresas ainda adotam a cultura da inovação fechada. As diferentes visões dos gestores determinam qual método a empresa tende a utilizar. Veja abaixo o quadro comparativo.

	INOVAÇÃO ABERTA	INOVAÇÃO FECHADA
	P&D	
	Vamos procurar fontes externas de conhecimento.	Vamos fazer a pesquisa internamente, por conta própria.
	Pioneirismo	
	É mais importante elaborar novos modelos de negócio do que chegar primeiro ao mercado.	Vamos ser a primeira empresa a levar determinada inovação ao mercado.
	Propriedade intelectual	
	Acreditamos que podemos nos beneficiar comercialmente se outras empresas usarem nossas patentes. Além disso, buscamos adquirir tecnologias de terceiros.	Privilegiamos o sigilo para proteger as tecnologias envolvidas em nosso processo.
	Quantidade e qualidade	
	Se fizermos um melhor uso das ideias internas e externas, venceremos.	Se criarmos melhores ideias no mercado, venceremos.
	Origem da tecnologia	
	Não precisamos originar a pesquisa para lucrar com ela.	Se descobrirmos algo, temos que levá-lo ao mercado antes.

Fontes: Inovação aberta. Jogo da inovação – Sistema FIEB. Glessia Silva e Antonio Luiz Rocha Dacorso. *Inovação aberta como uma vantagem competitiva para a micro e pequena empresa*. Revista de Administração e Inovação. 2013. *Criação coletiva*. Pesquisa Fapesp. 2014.

Inovação aberta

Dicas para praticá-la

Perfil da empresa inovadora

Não é qualquer empresa que está apta a utilizar a inovação aberta. É preciso ter uma visão menos conservadora e saber dividir objetivos e lucros em proporções iguais, além de contar com um novo perfil de colaborador – de preferência, alguém que não seja apenas técnico e que tenha uma boa rede de relacionamentos.



P&D

Ao contrário do que muitos pensam, o objetivo da inovação aberta não é substituir os colaboradores internos de P&D. A ideia é estimular a equipe a fazer projetos cada vez mais desafiadores.



Colaboradores internos

Apesar de envolver atores externos, a empresa não deve esquecer do seu quadro de colaboradores. É importante fazer o público interno acreditar que a inovação aberta é um meio de agregar valor aos projetos da empresa.



Gestão

A empresa deve atribuir responsáveis para gerenciar os processos de inovação aberta, cuidando para que haja um alinhamento destas iniciativas com o que vem sendo desenvolvido internamente, para que não ocorra desperdício de esforço e orçamento.



Continuidade

Para não correr o risco de desmotivação e descrédito, o processo de incorporação desta nova técnica não deve ser interrompida. Os resultados atingidos devem ser comunicados e novos desafios devem ser propostos.

Fontes: Katia Simões. *Inovação aberta não é só para gente grande*. Pequenas Empresas & Grandes Negócios. Glessia Silva. Antonio Luiz Rocha Dacorso. *Inovação aberta como uma vantagem competitiva para a micro e pequena empresa*. Revista de Administração e Inovação. 2013. Luis Fernando. *A inovação aberta na prática: os aprendizados de uma experiência de crowdsourcing*. Administradores. 2014.

Vantagens da inovação aberta

A inovação aberta oferece excelentes resultados para pequenas, médias ou grandes empresas. O importante é que cada uma delas saiba tirar o melhor proveito desta técnica para garantir a vantagem competitiva. Para as pequenas empresas, o ideal é que exista uma relação de parceria com grandes corporações, a fim de conquistar um benefício mútuo.

Vantagens gerais

As principais vantagens que a inovação aberta oferece são:



VANTAGENS PARA O EMPRESÁRIO

Além de ampliar o número de soluções inovadoras apresentadas ao mercado, as pequenas empresas podem utilizar a inovação aberta para obter outras vantagens, como:

- ✓ conhecer melhor o mercado em que atua;
- ✓ adquirir maior poder de barganha na aquisição de matéria-prima ou tecnologia, ao estabelecer relacionamento com outras empresas;
- ✓ conseguir facilidades na aquisição de crédito, ao firmar parcerias com outras empresas;
- ✓ obter crescimento, ao buscar conhecimento e inovações em projetos com outros centros de pesquisa;
- ✓ transformar as parceiras em negócios, ao fortalecer as relações com clientes e fornecedores.

Fontes: Katia Simões. *Inovação aberta não é só para gente grande*. Pequenas Empresas & Grandes Negócios.

Glessia Silva. Antonio Luiz Rocha Dacorso. *Inovação aberta como uma vantagem competitiva para a micro e pequena empresa*. Revista de Administração e Inovação. 2013.

Indústrias calçadistas

Exemplos de inovação aberta

Existem diferentes técnicas e ferramentas para se praticar a inovação aberta. Entretanto, cabe destacar que todas elas envolvem pessoas de fora da empresa em seu processo. No ramo calçadista, projetos foram desenvolvidos e contaram com o apoio de pessoas externas no processo de inovação.



TANARA

A empresa [Tanara](#) desenvolveu, em 2011, o projeto Tanara Cool, convidando os estudantes universitários de todo o Brasil a mostrarem seu trabalho. O projeto apresentava três etapas: criação de um sapato (conceito e materiais), criação de identidade visual da linha temática e desenvolvimento de uma campanha.

Os melhores foram escolhidos por votação popular e por uma comissão avaliadora. Os produtos vencedores foram produzidos e vendidos na loja virtual da marca e os ganhadores foram premiados.



GRENDENE

Em 2010, a empresa [Grendene](#) trabalhou com um *software* que, além de atuar como rede interna de geração de conteúdo, tinha por objetivo obter parcerias com universidades, podendo assim, ter opinião de estudantes a respeito de suas criações. Pretendia-se contar com a participação de quatro universidades brasileiras e duas no exterior.



HAVAIANAS

Em 2010, a empresa [Havaianas](#) foi em busca de novos artistas e visões criativas para suas sandálias. O projeto foi divulgado na internet e convidava consumidores e profissionais a enviarem ilustrações com apelo comercial para a marca. Um júri formado por cinco especialistas na área selecionou os 50 melhores trabalhos, que foram expostos no Espaço Havaianas – loja conceito da marca.

Apesar de ser uma ação com caráter cultural, permitiu à empresa ter novas ideias de padronagens para seu produto.

Fontes: Danieli Akemi. [Criação coletiva](#). Ilustramidia. 2010.

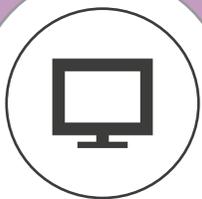
Mariana Celle. [Ferramenta on-line promove criação conjunta na Grendene](#). Brasil Econômico. 2010.

[Tanara Cool](#). Tanara Brasil. 2011.

Inovação aberta na prática

Moda Co para a indústria calçadista

Moda Co é uma nova plataforma de criação coletiva para as indústrias calçadistas. Ela chega ao mercado para mudar a forma como as indústrias criam seus produtos para o mercado. Segundo conceito do próprio site: *“a plataforma de inovação aberta para o setor calçadista busca unir designers e as indústrias da moda brasileira. A ideia é simples, a empresa divulga as características do projeto e os designers disputam entre si para criar um novo produto. O nosso desafio é mudar o processo de criação de design tradicional e promover uma relação poderosa entre designers e empresas”.*



COMO FUNCIONA

Designers podem se cadastrar gratuitamente na plataforma e divulgar as criações de produtos que correspondam às expectativas da empresa. Os trabalhos serão julgados e o profissional que tiver seu projeto escolhido receberá uma premiação em dinheiro.

A plataforma é ideal para empresas de pequeno e médio porte que pretendem acelerar a pesquisa e desenvolvimento de seus produtos.



EMPRESAS APOIADORAS

As empresas Kidy, Bibi, Pampili e Piccadily apoiam esta iniciativa, promovida pela Abicalçados e Apex-Brasil através do projeto Brazilian Footwear – que tem como objetivo desenvolver a competência empreendedora e inovadora das indústrias calçadistas no Brasil.



AÇÕES RECOMENDADAS



Assista aos vídeos do Fórum Sebrae de Conhecimento sobre [Inovação aberta: conceitos e casos](#) e [Debate: Redes Sociais e Inovação aberta](#);



Visite o site do [Sistema de Inteligência Setorial](#) do Sebrae para visualizar o [Boletim de Tendências](#) sobre [Cocriação](#) no setor de Vestuário, a fim de complementar os conceitos apresentados neste Relatório de Inteligência;



Acesse o programa [Agentes Locais de Inovação](#) do Sebrae para conhecer melhor como utilizá-lo no processo de inovação da sua empresa;



Confira ainda o programa [Sebraetec](#), essencial para os pequenos negócios que desejam inovar em áreas como design e produtividade;



Visite o site do [Sebrae EAD](#) e veja os cursos disponíveis. [Gestão da inovação: Inovar para competir](#) é um deles.

 **Calçados femininos**
RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA
JUNHO | 2015



Coordenador: Jackson Silva
Gestor do Projeto: Douglas Luís Três
Conteudista: Renata M. Schneider

SEBRAE Santa Catarina
Endereço: SC 401, KM 01, Lote 02
Parque Tecnológico Alfa - João Paulo
CEP: 88030000 - Florianópolis - SC
Telefone: 48 3221 0800

Dúvidas ou sugestões sobre o conteúdo do relatório envie um e-mail para:
atendimento.sis@sebrae.sc.com.br

Faça também suas contribuições para o SEBRAE-SC enviando um e-mail para:
falecom.sis@sebrae.sc.com.br

Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610). Fotos: Banco de imagens.