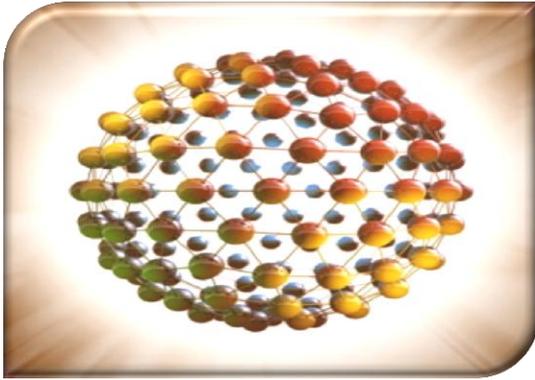




“As Nanotecnologias como Fator de Competitividade das Empresas”



Agenda



1- Nanotecnologia

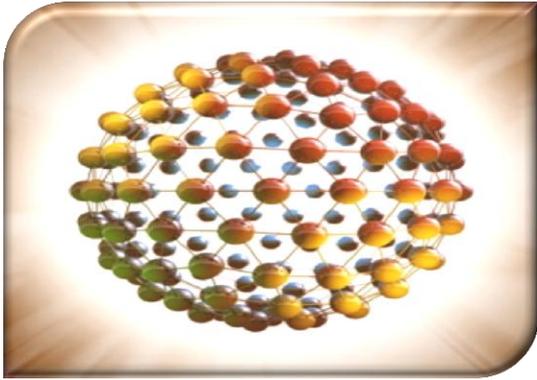


2- Competitividade



3- Nanotecnologia
como fator de
competitividade

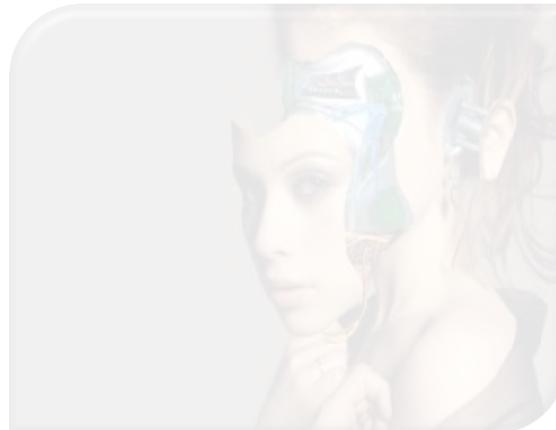
Agenda



1- Nanotecnologia

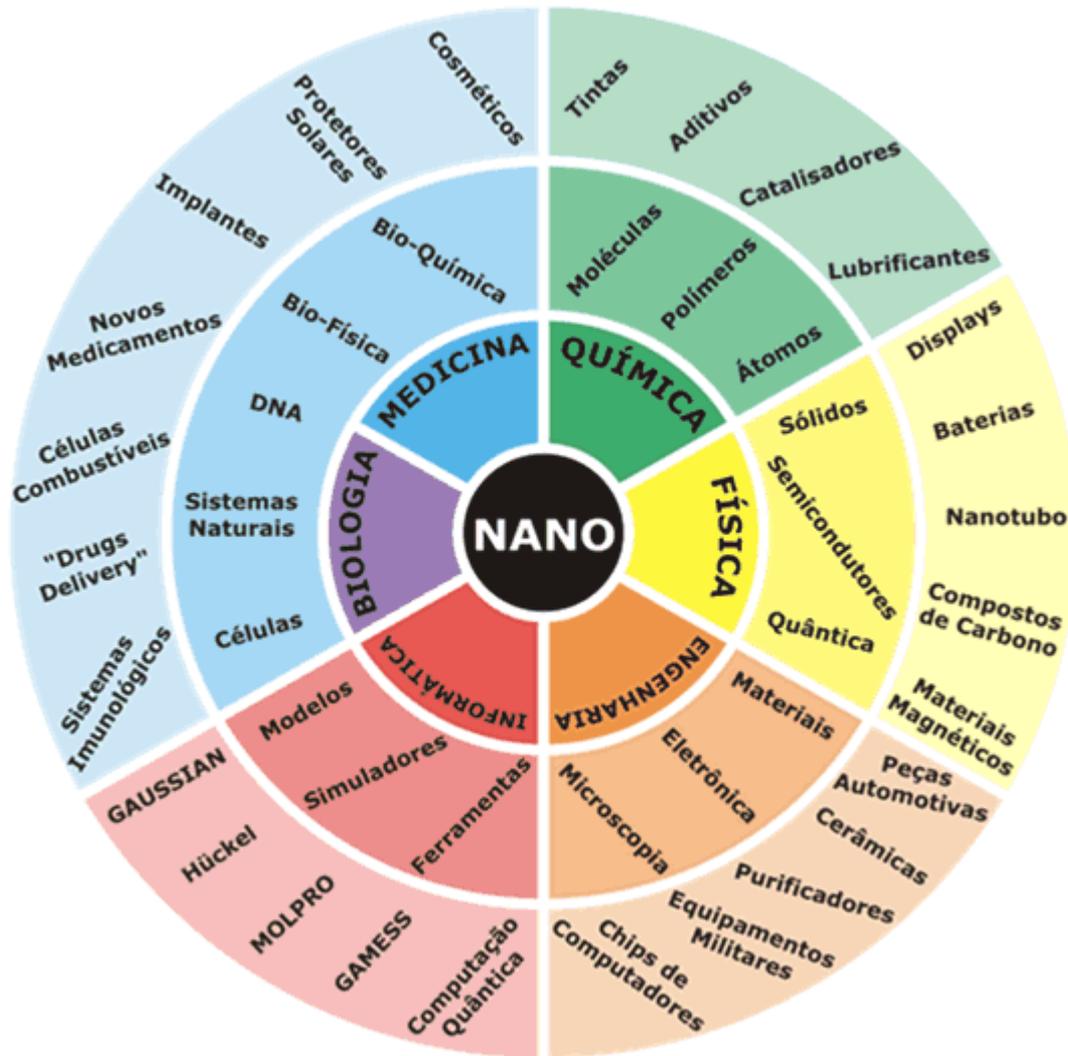


2- Competitividade

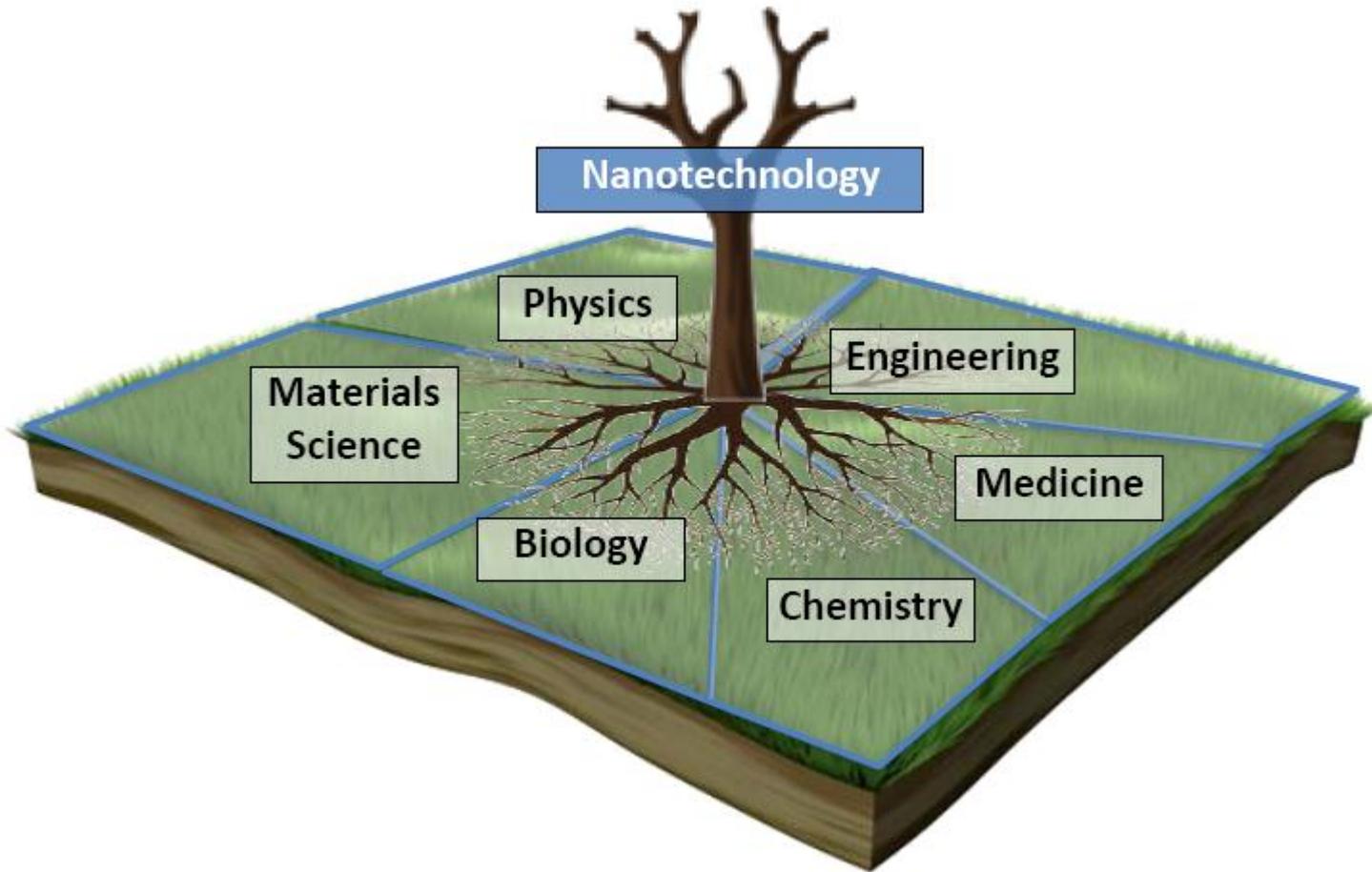


3- Nanotecnologia
como fator de
competitividade

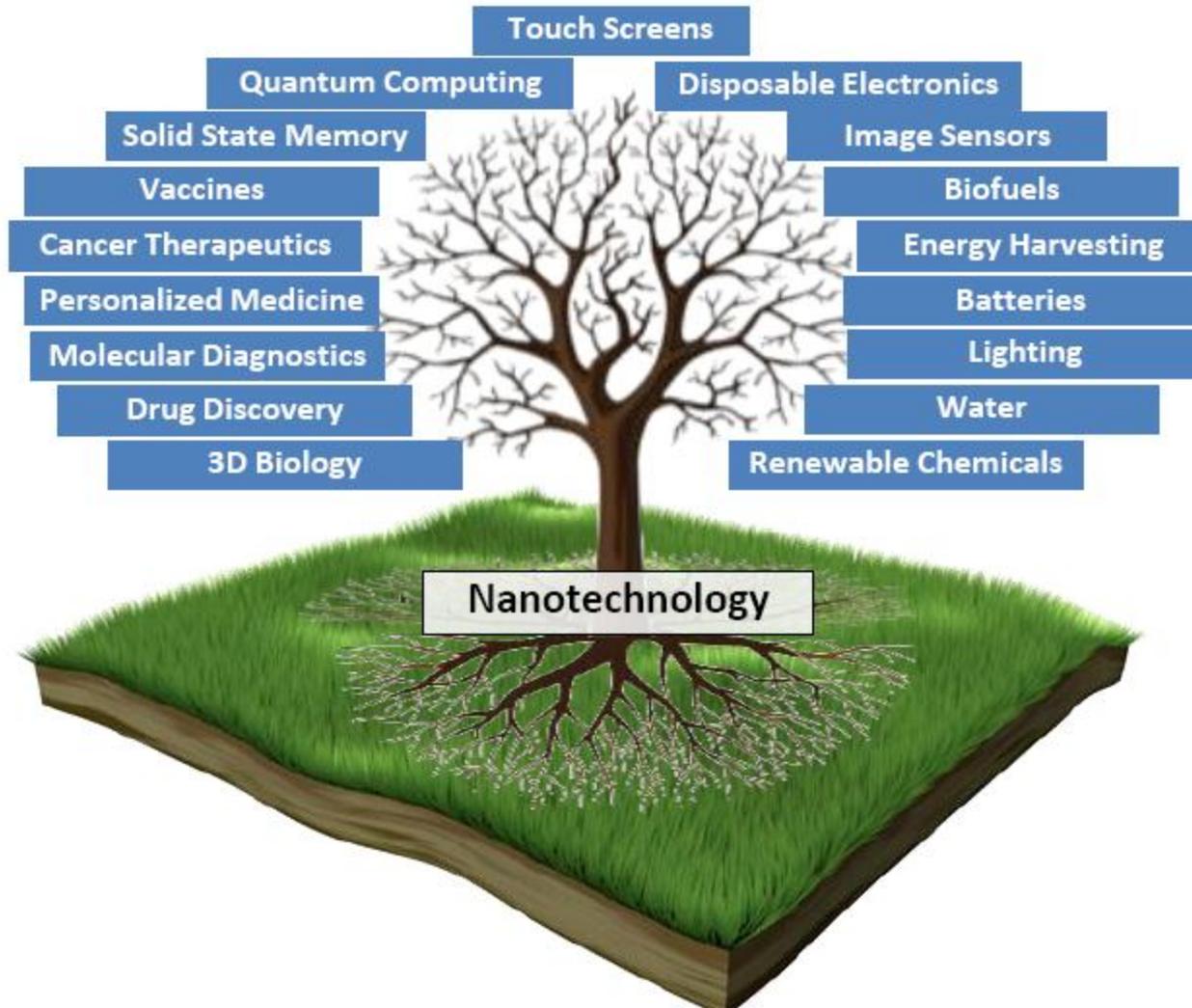
Nanotecnologia não é (só) uma ciência!!!



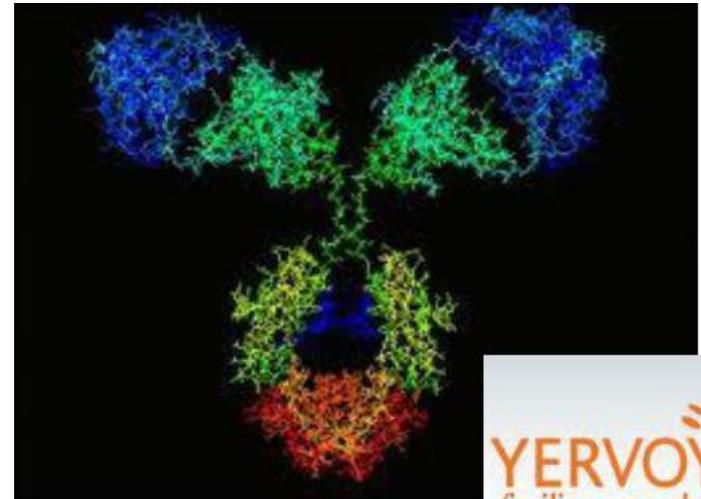
PRODUÇÃO CIENTÍFICA



PRODUÇÃO DE SOLUÇÕES

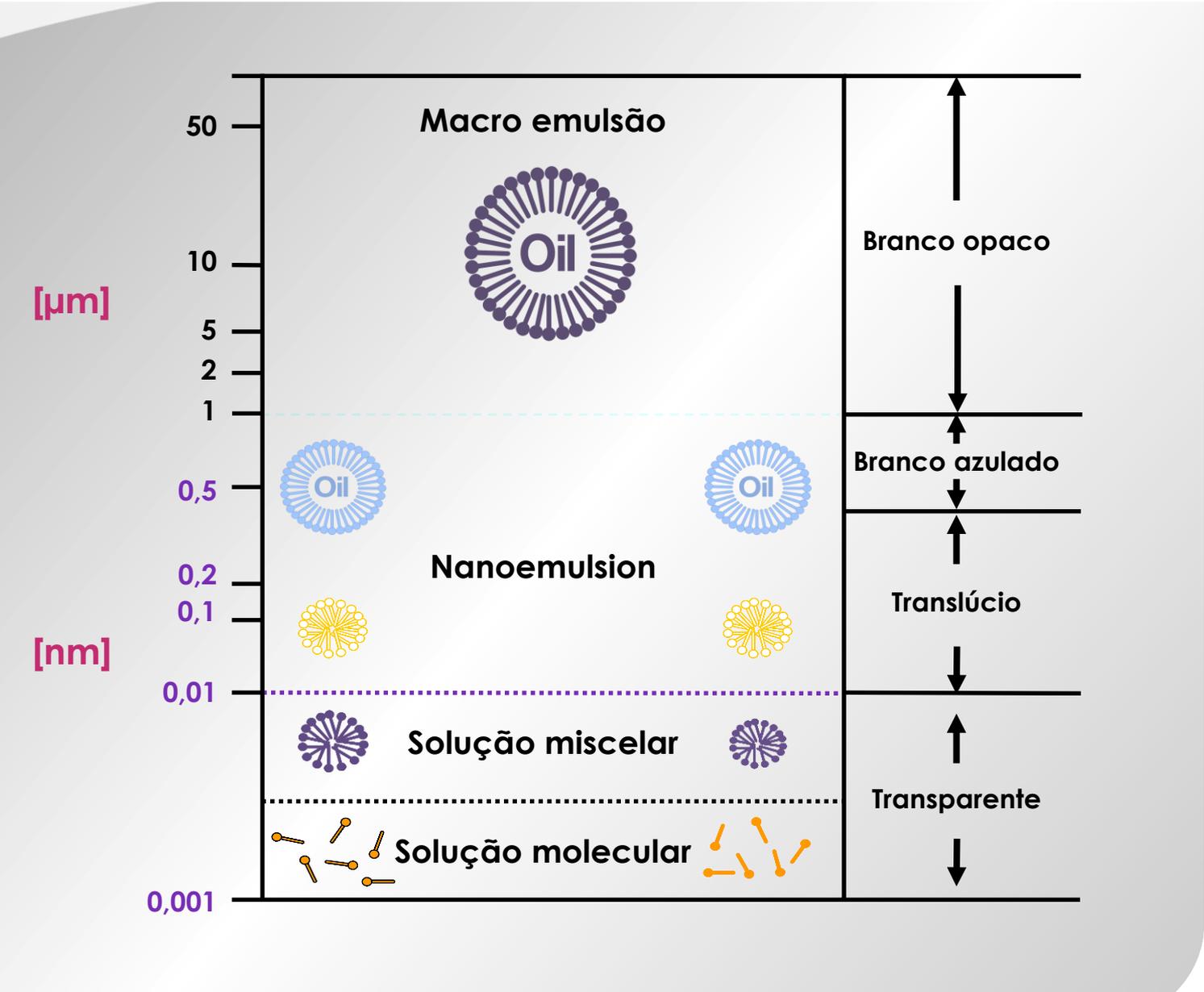


A Nanotecnologia é abrangente



BIOTECHNOLOGY FROM SAN FRANCISCO

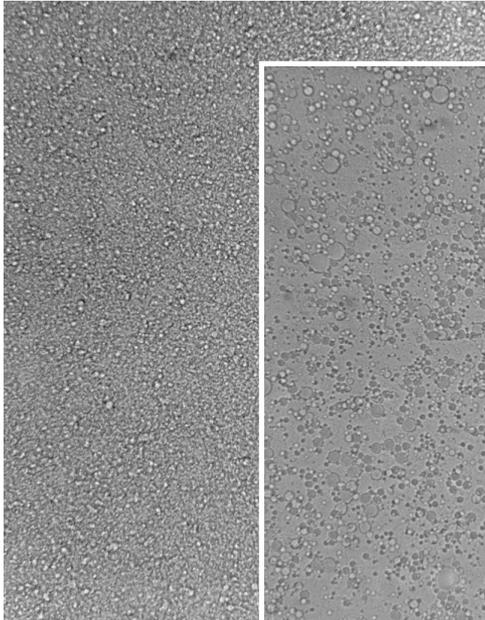
Nanotecnologia e cosméticos



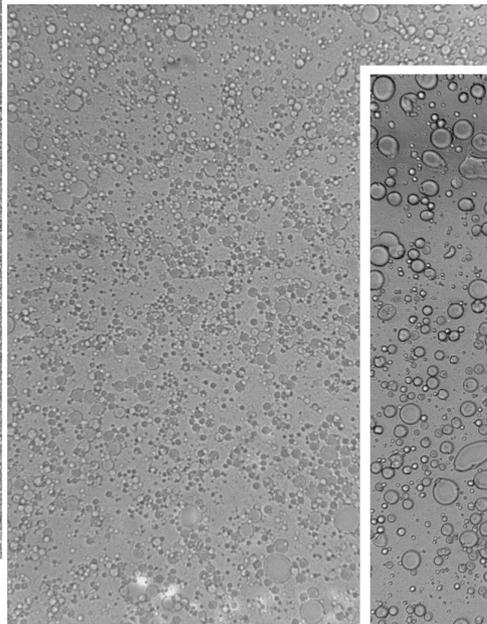
Nanotecnologia e cosméticos

- Emulsão O/W – microscopia óptica

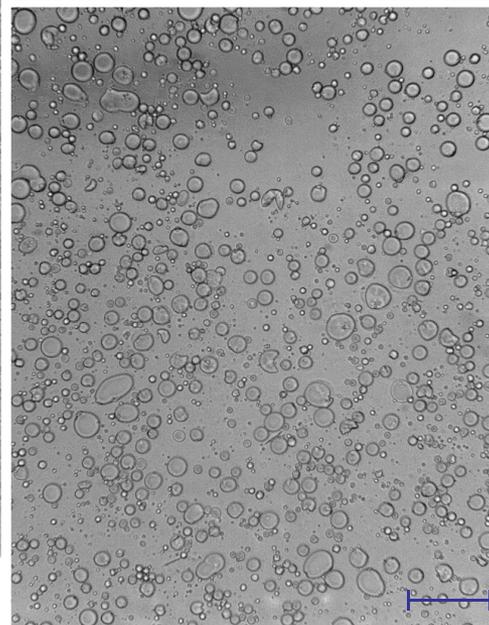
Tamanho: 100 nm



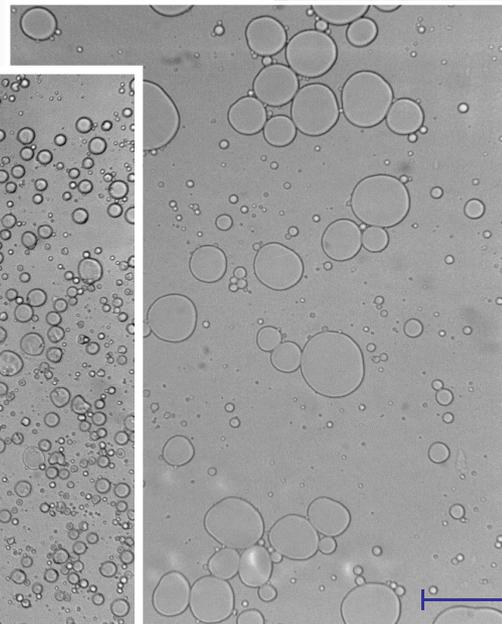
Tamanho: <1 μm



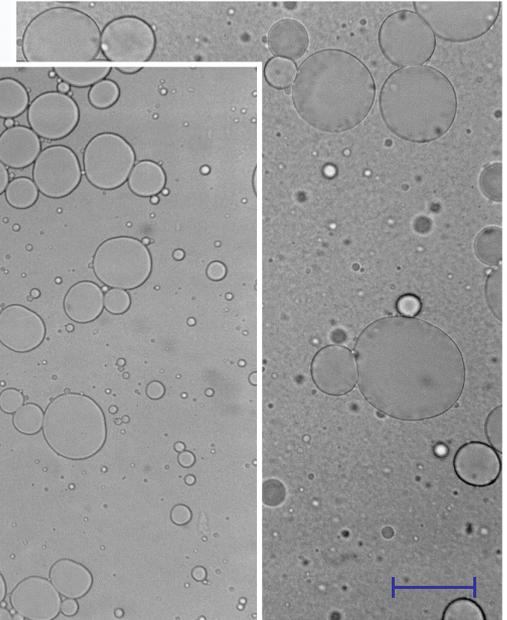
Tamanho: 1 μm



Tamanho: 5 μm



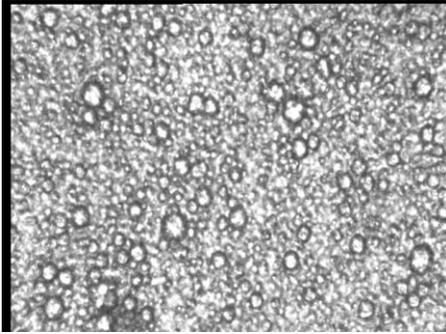
Tamanho: 5 - 20 μm



Tamanho: 85 nm
(espalhamento de luz)

— 5 μm

Produto Convencional



Produto com Nanotecnologia

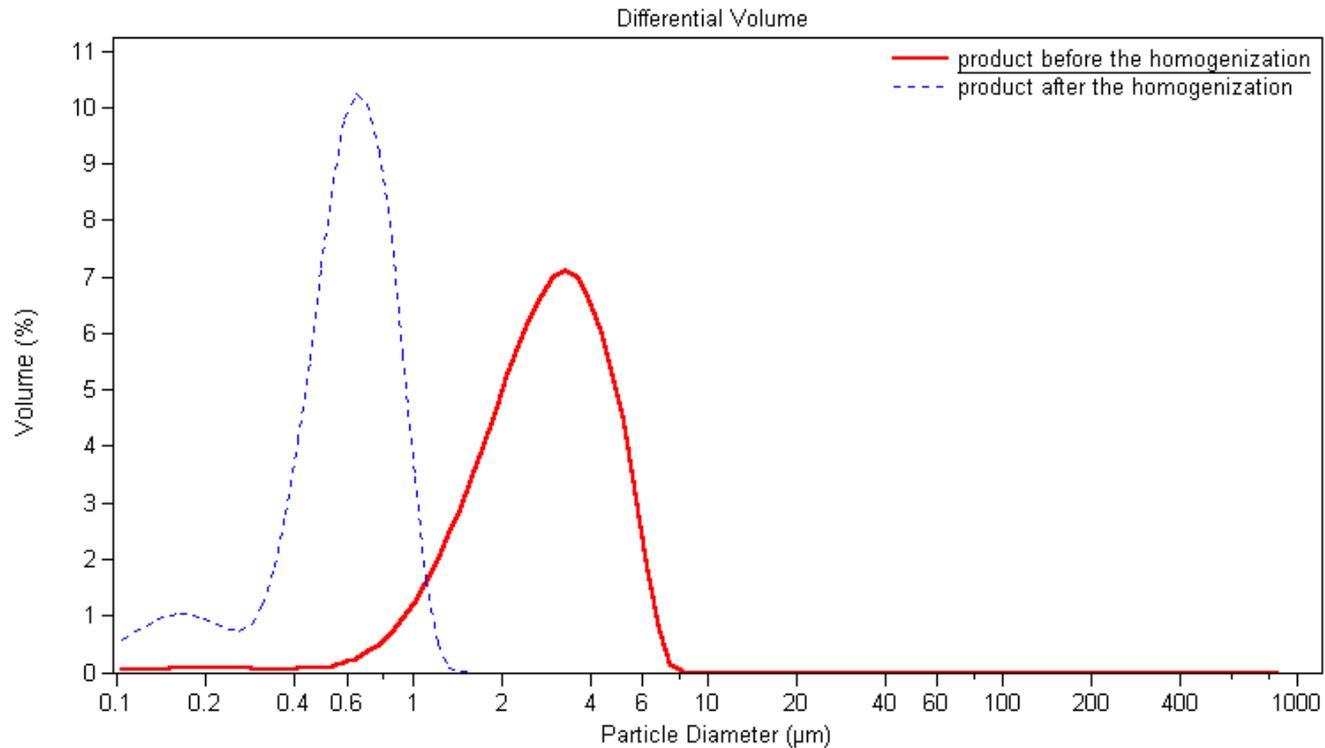
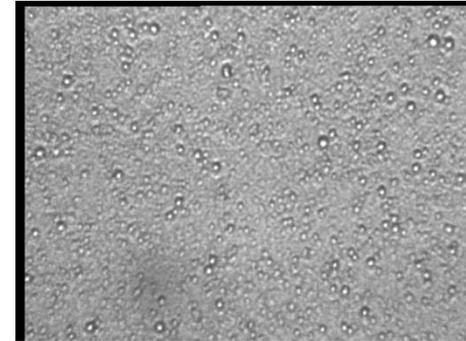
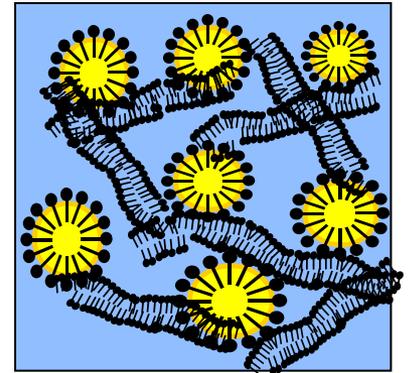
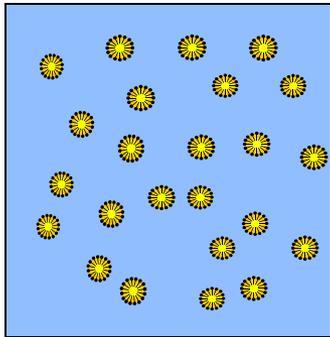


Gráfico de distribuição das do tamanho das partículas.

Nanotecnologia e cosméticos

Nanoemulsão

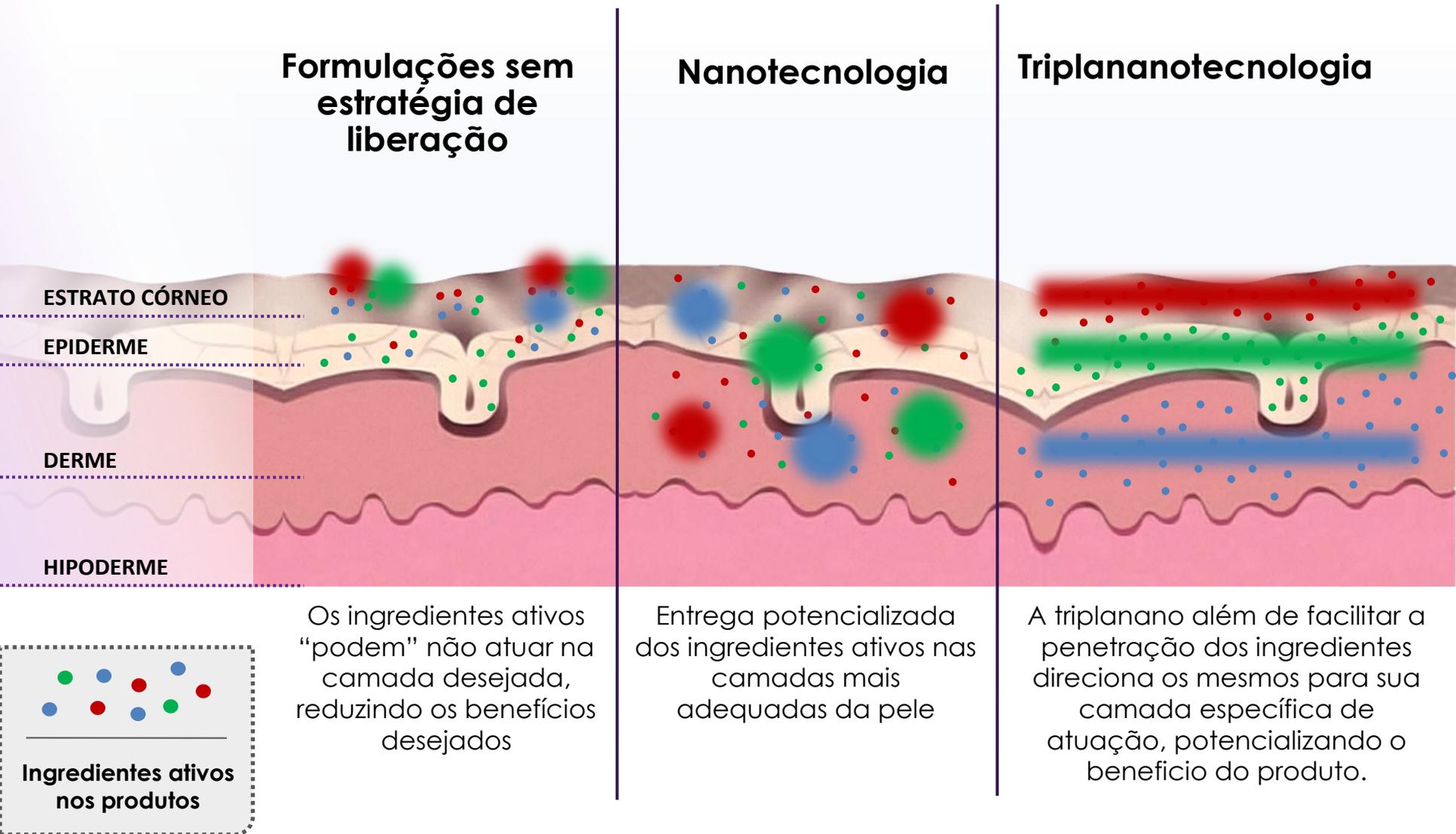
Emulsão convencional



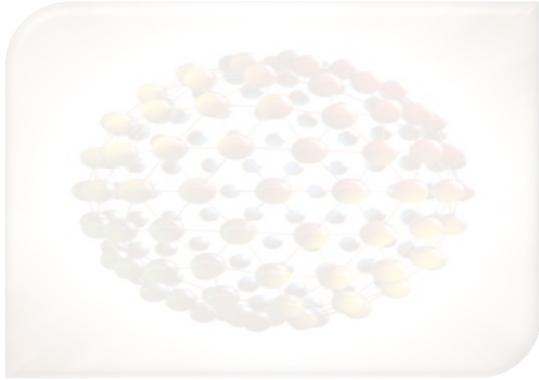
Algumas vantagens:

- ✓ Possibilita modular a entrega de ingredientes ativos na pele
- ✓ Aumento da eficácia de substâncias que dependem de área superficial.
- ✓ Possibilidade de distribuição de ativos mais uniforme no substrato (protetor solar)
- ✓ Aumenta a solubilidade de ingredientes ativos, permitindo mais flexibilidade na formulação
- ✓ Aumento da estabilidade físico-química
- ✓ Melhora o sensorial na aplicação dos produtos

As camadas da pele e a diferenciação tecnológica entre produtos da linha



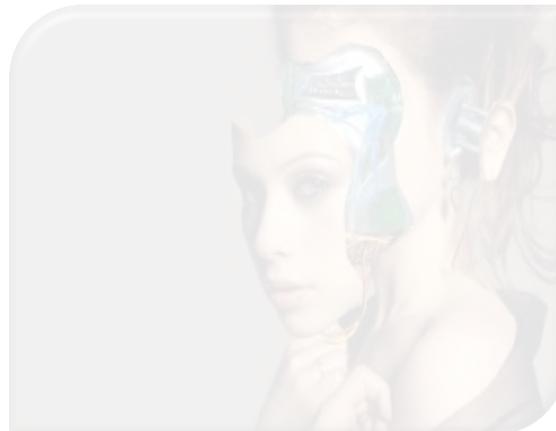
Agenda



1- Nanotecnologia

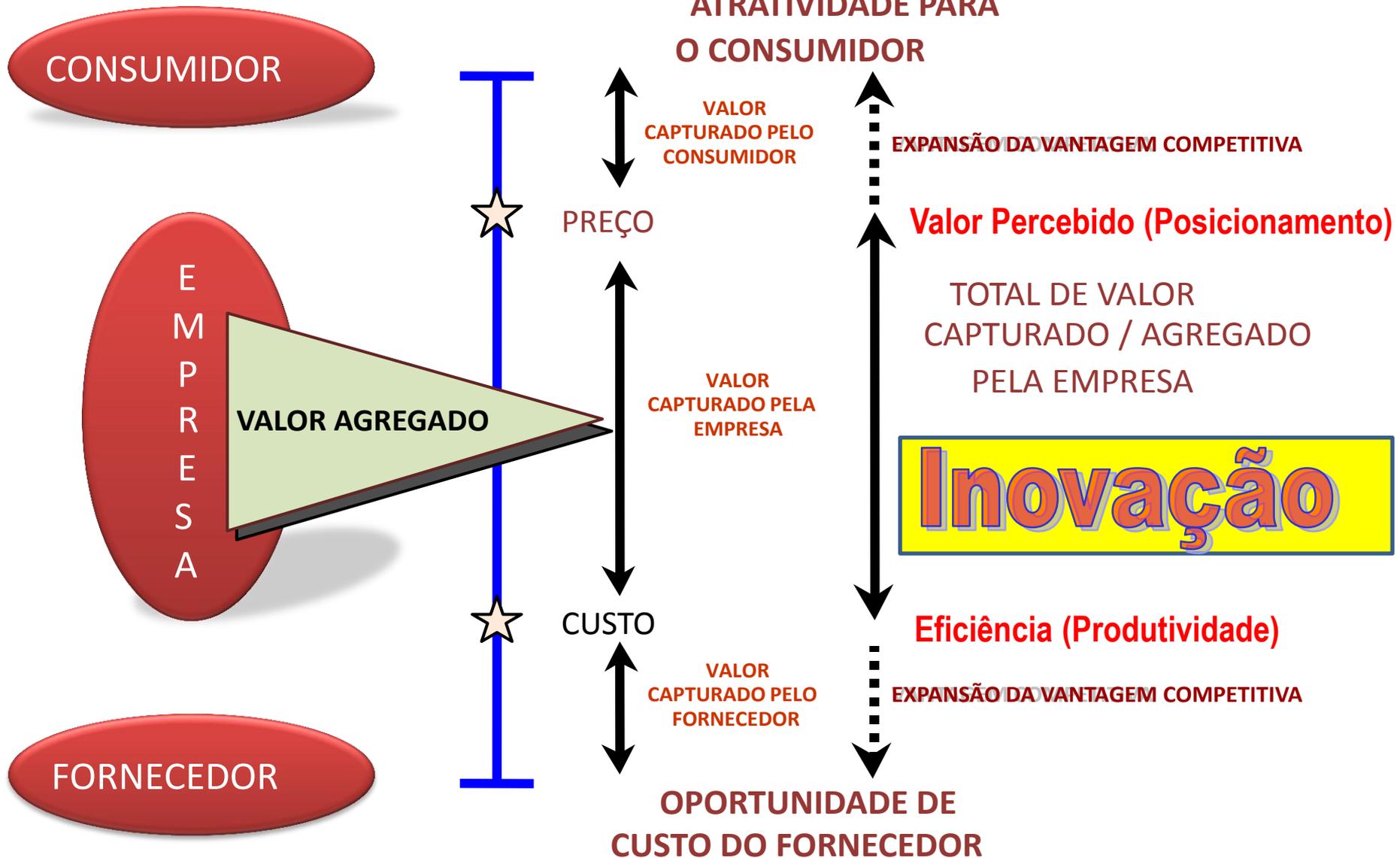


2- Competitividade

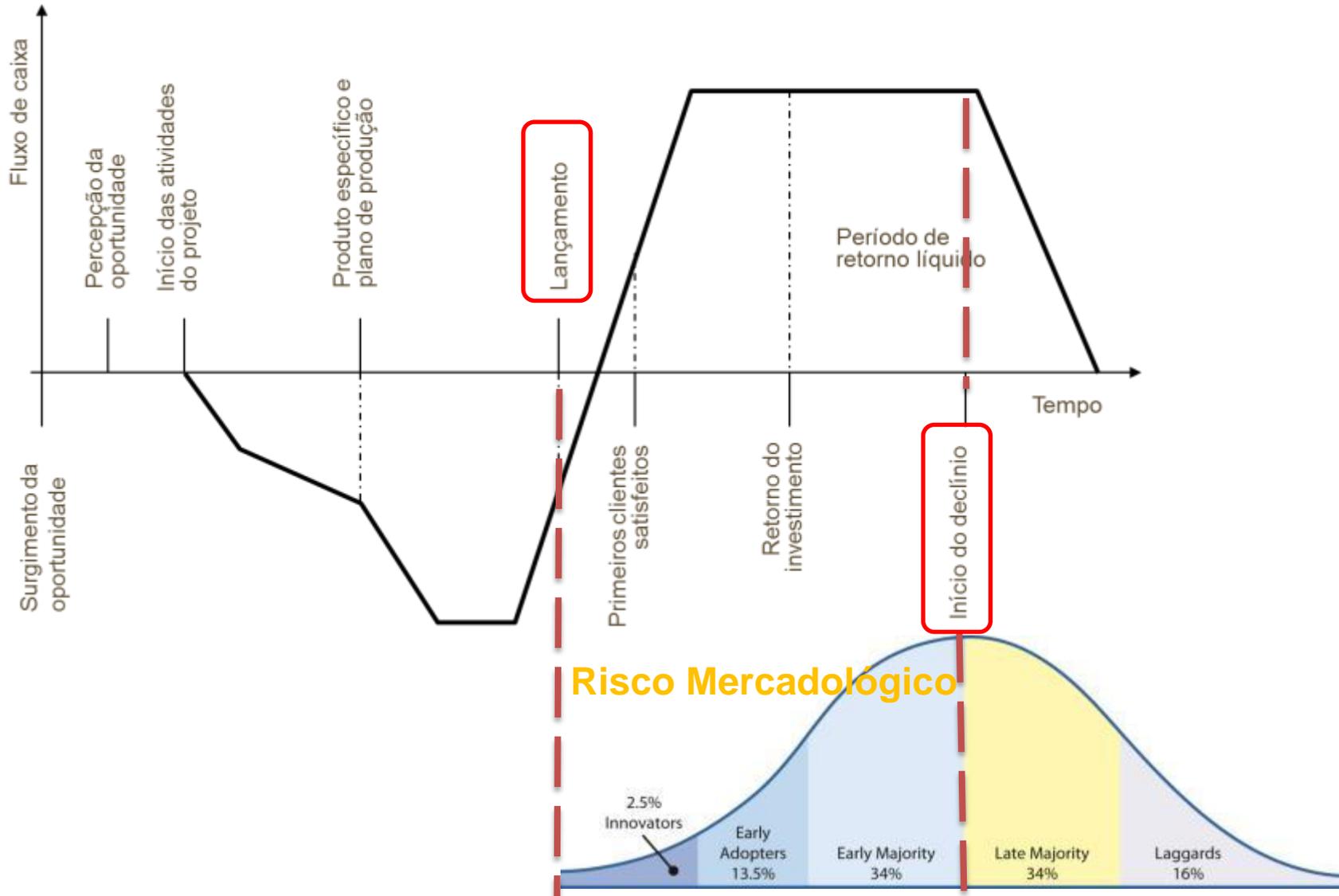


3- Nanotecnologia
como fator de
competitividade

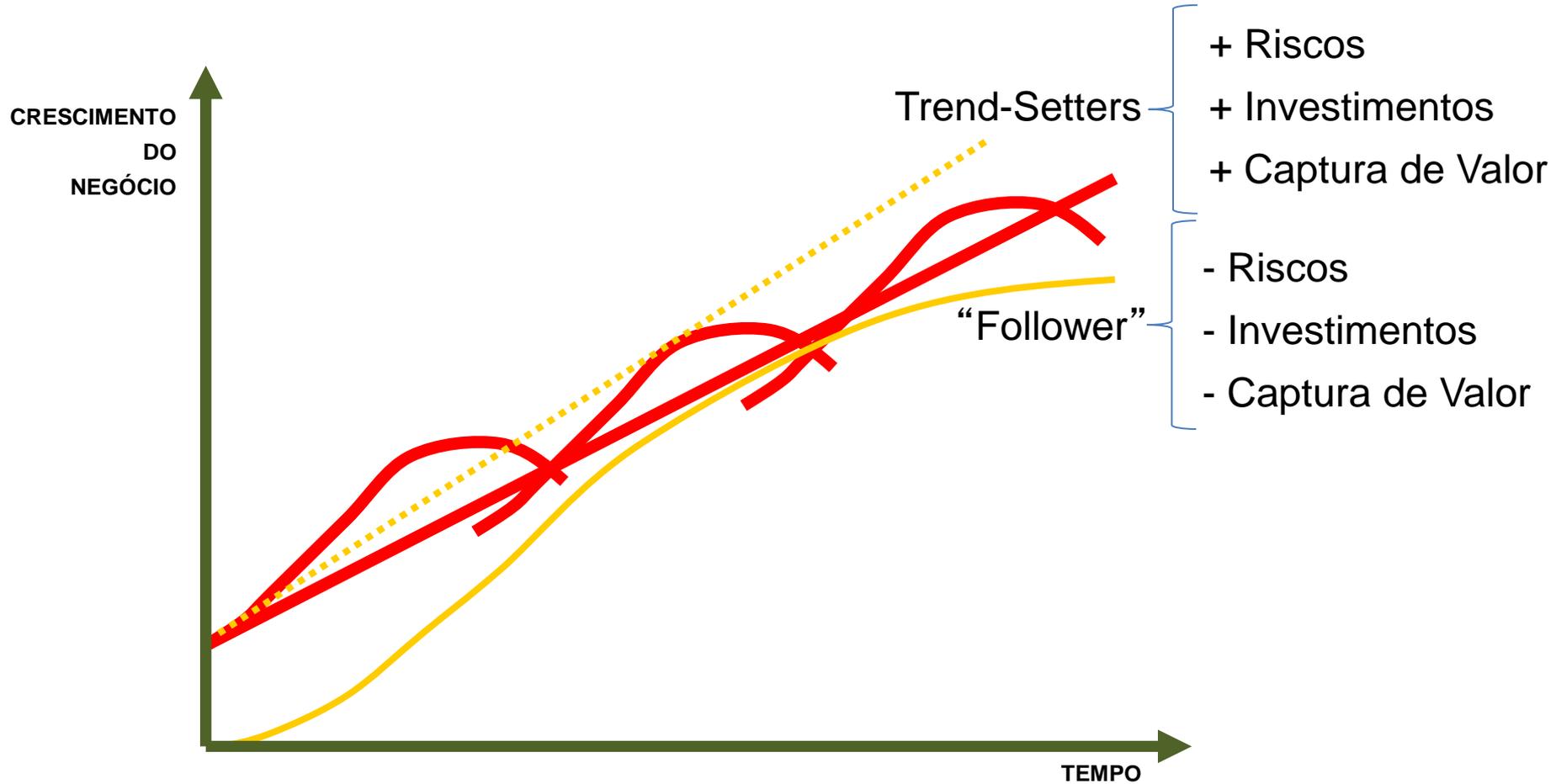
Inovação no Coração da Criação de Valor



Latência x Adoção e Retorno



Valor, Latência e Ciclos de Vida



**INCERTEZAS
(PREMISSAS)**

**CERTEZAS
(NÚMEROS)**

**ORÇAMENTO
das empresas**

20%

80%

**INOVAÇÃO
das empresas**

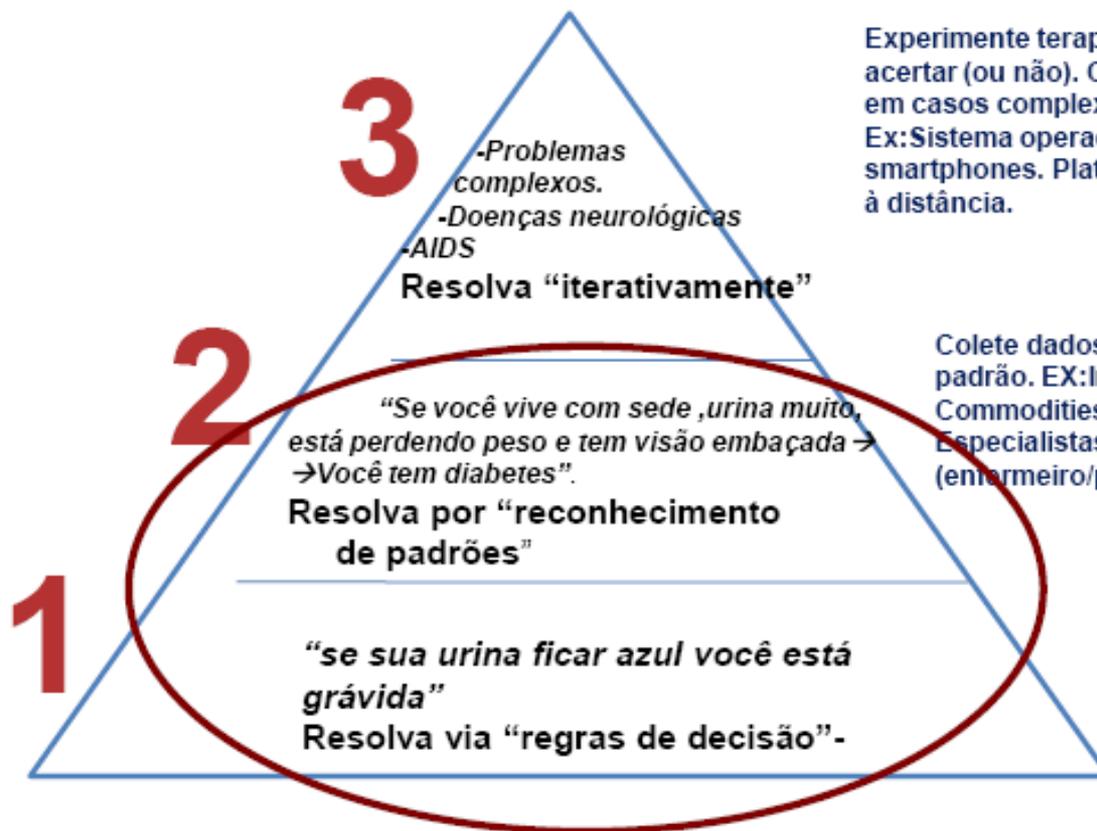
80%

20%

Se temos todas as certezas (números)
antes de inovar, então não existe
inovação alguma...

Três tipos de problema de inovação

Mais desafiador ↑
Menos desafiador ↓



Experimente terapias alternativas até acertar (ou não). Chame especialistas em casos complexos
Ex: Sistema operacional para smartphones. Plataformas para ensino à distância.

Colete dados e analise. Descubra o padrão. EX: Inovação em empresas de Commodities;
Especialistas experientes resolvem (enfermeiro/para - médico)

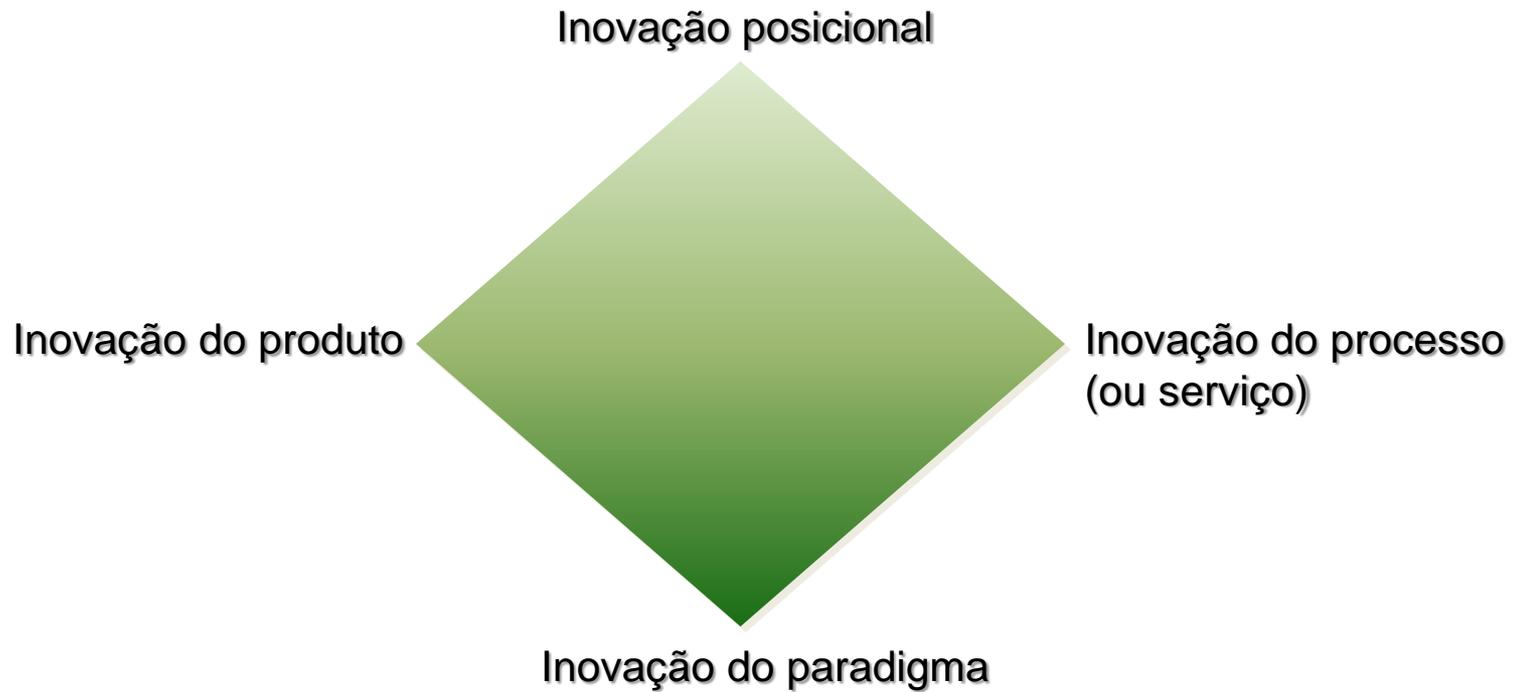
Você conclui sozinho o que deve fazer. Qualidade Total.

Vantagem competitiva sustentável

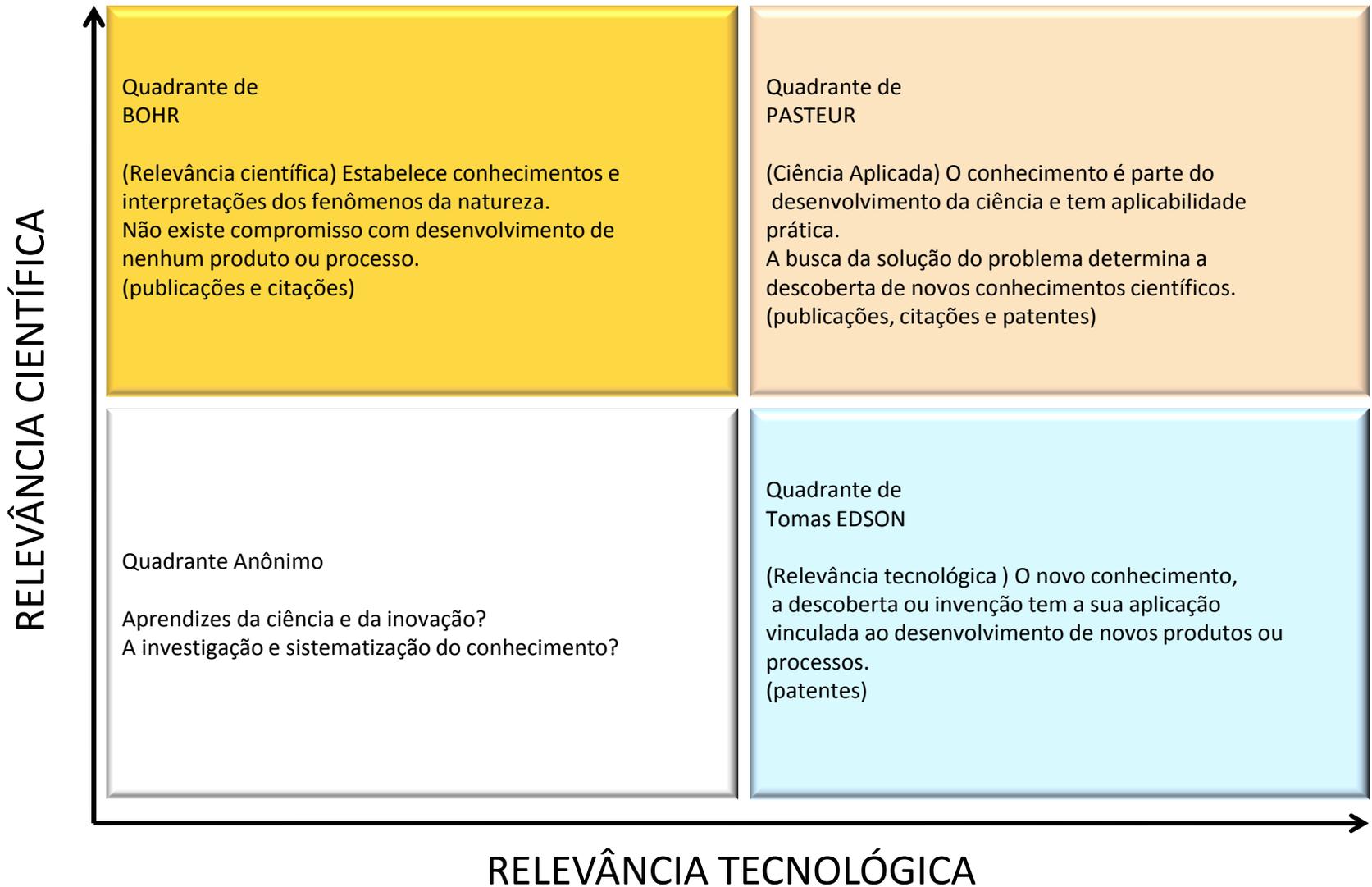
Os 5 critérios



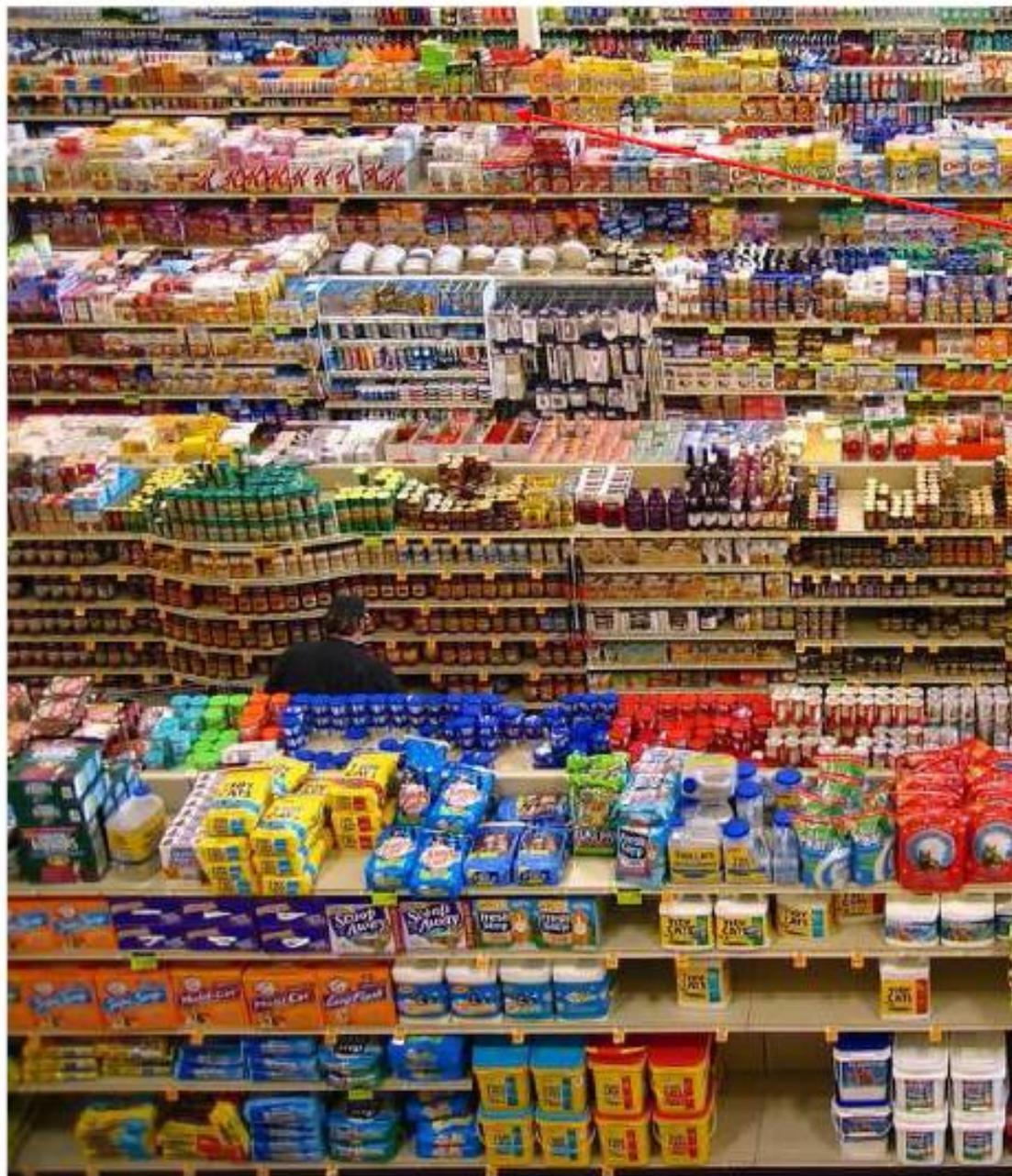
- TIPOS DE INOVAÇÃO:



QUADRANTE DE PASTEUR



RELEVÂNCIA TECNOLÓGICA



SEU PRODUTO
ESTÁ AQUI

...cresceu a
oferta de
produtos e
serviços

“COMODITIZAÇÃO”

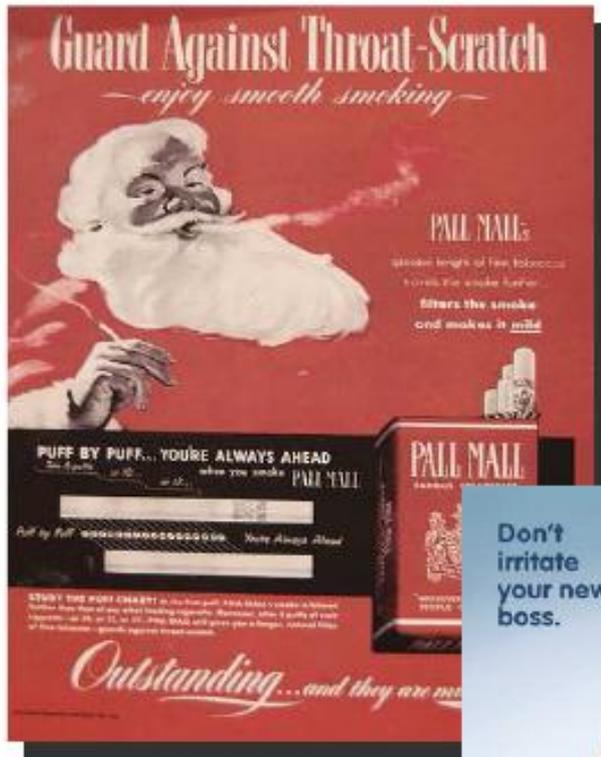
GENÉRICOS

PRODUTOS CHINESES



a difícil percepção
de **VALOR**
por parte dos
clientes

(e o “aceitar pagar
mais”)



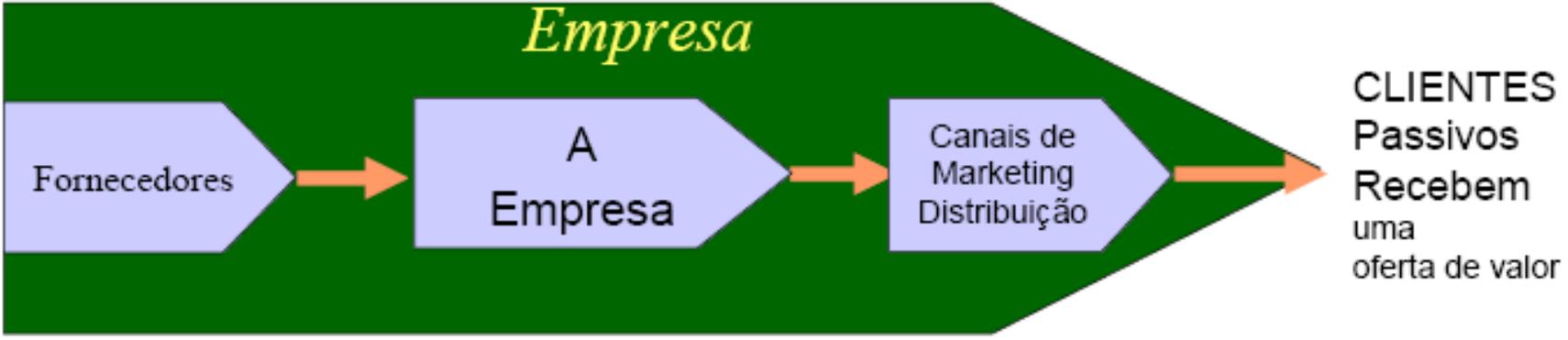
O que fazer...

investir + em
publicidade e
propaganda?

Clientes se transformaram em comunidades e se organizam em “redes”...



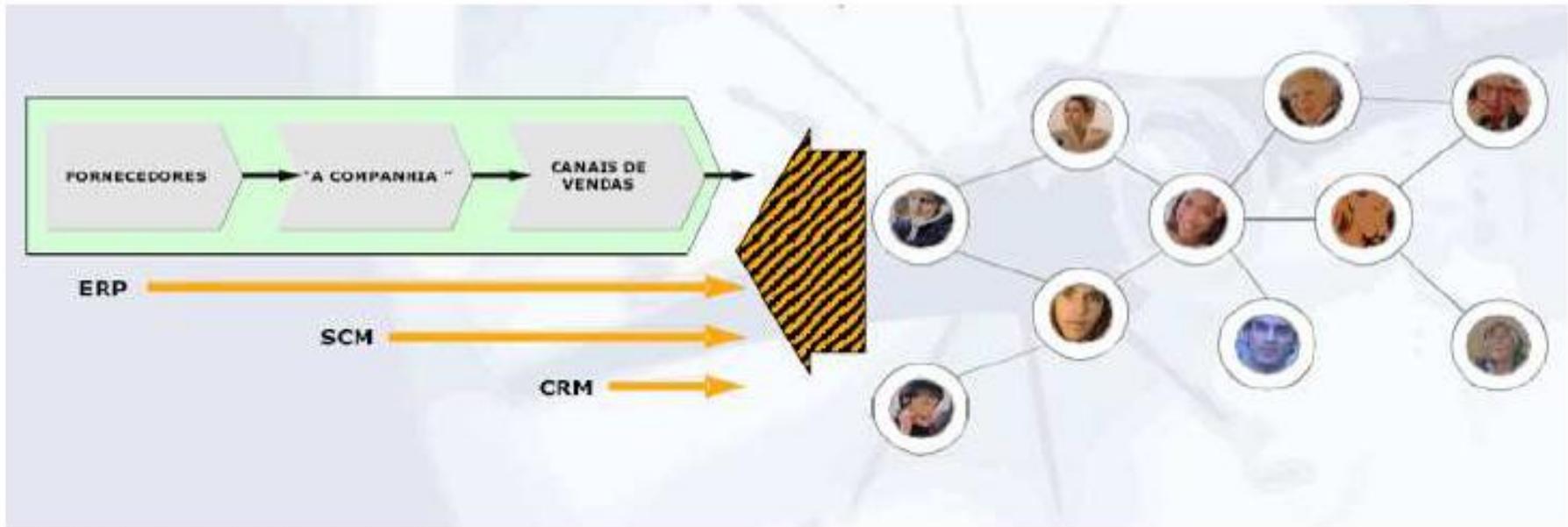
Historicamente, as empresas se organizaram para desenvolver, produzir e entregar produtos e serviços



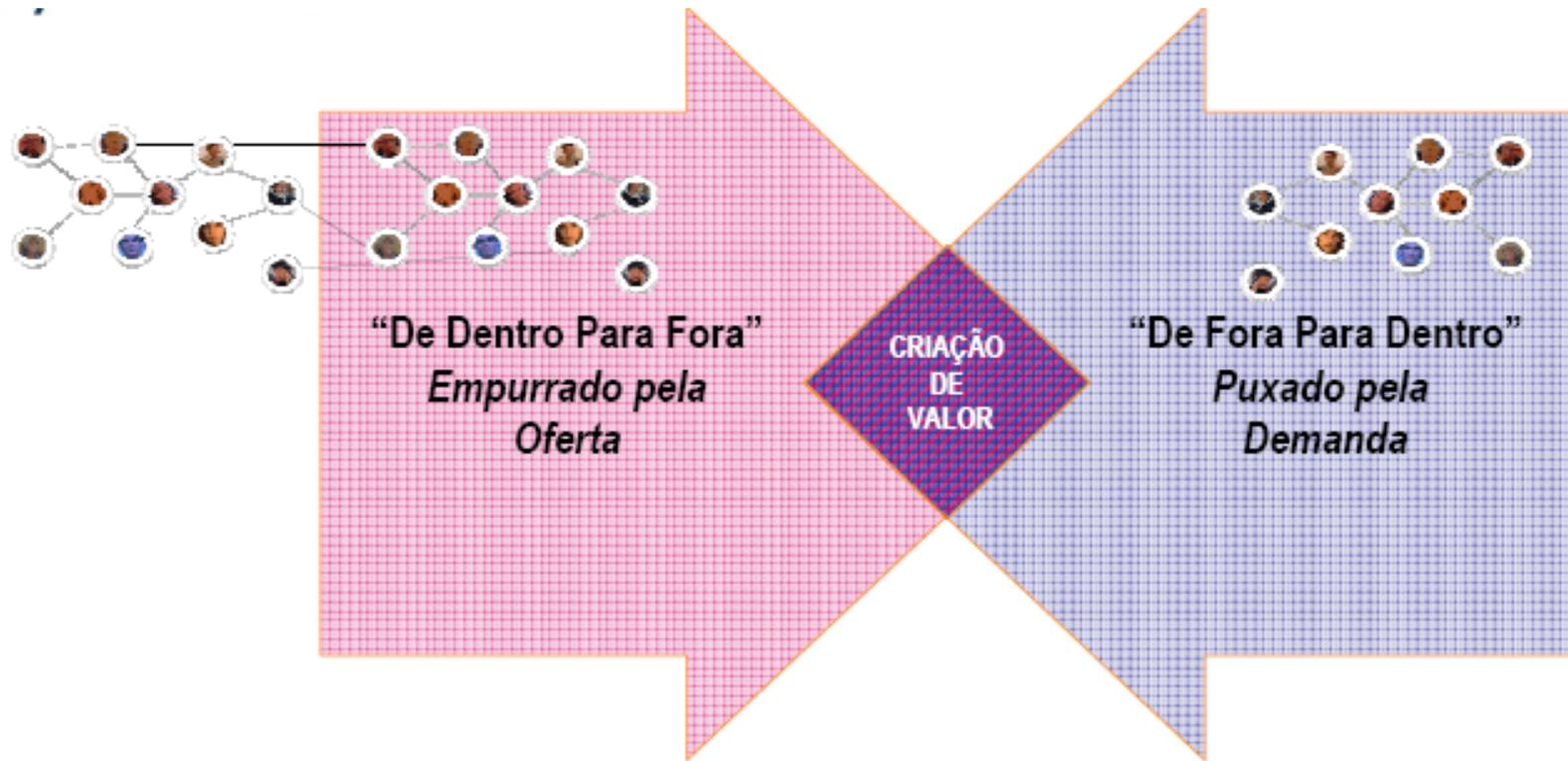
O *desafio da gestão*: tornar este processo o mais eficiente possível, inclusive com uso intensivo de tecnologia da informação



Indivíduos com maior **“empoderamento”** fundamentalmente desafiam o paradigma convencional da criação de valor centrado em produtos, serviços e na própria empresa



Ponto de Vista - *Cocriação de Valor*

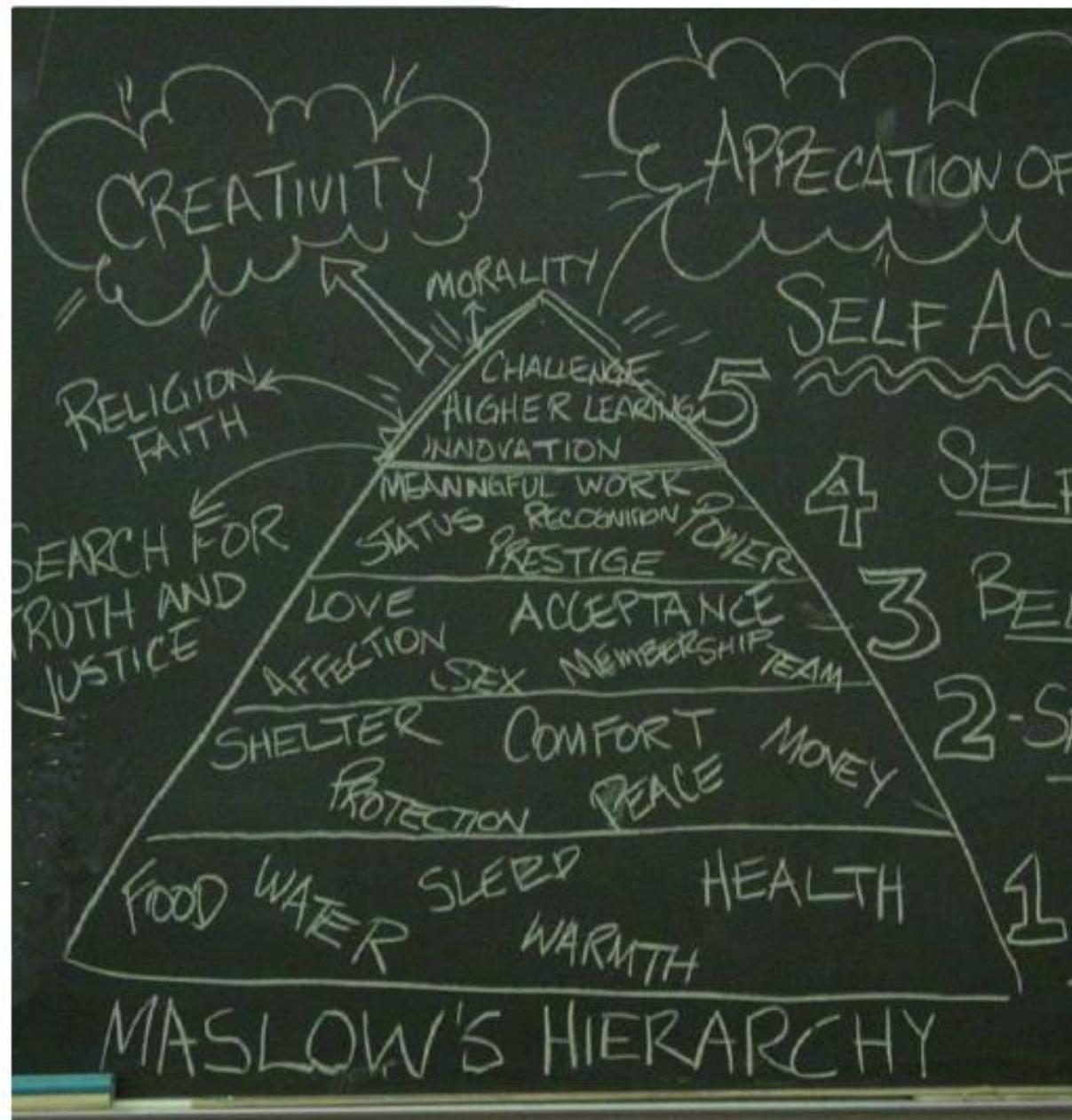


- Lógica dominante da criação de valor dos últimos 75 anos.
- Cliente é passivo e pode até destruir valor.

- Lógica que começa a se formar graças às tecnologias de informação e comunicação
- O cliente, ativo, conectado e informado torna-se “cocriador de valor”.

Para
entender
VALOR...
você já
vestiu o
sapatos do
seu cliente?

1



VALOR

=

RELEVÂNCIA

+

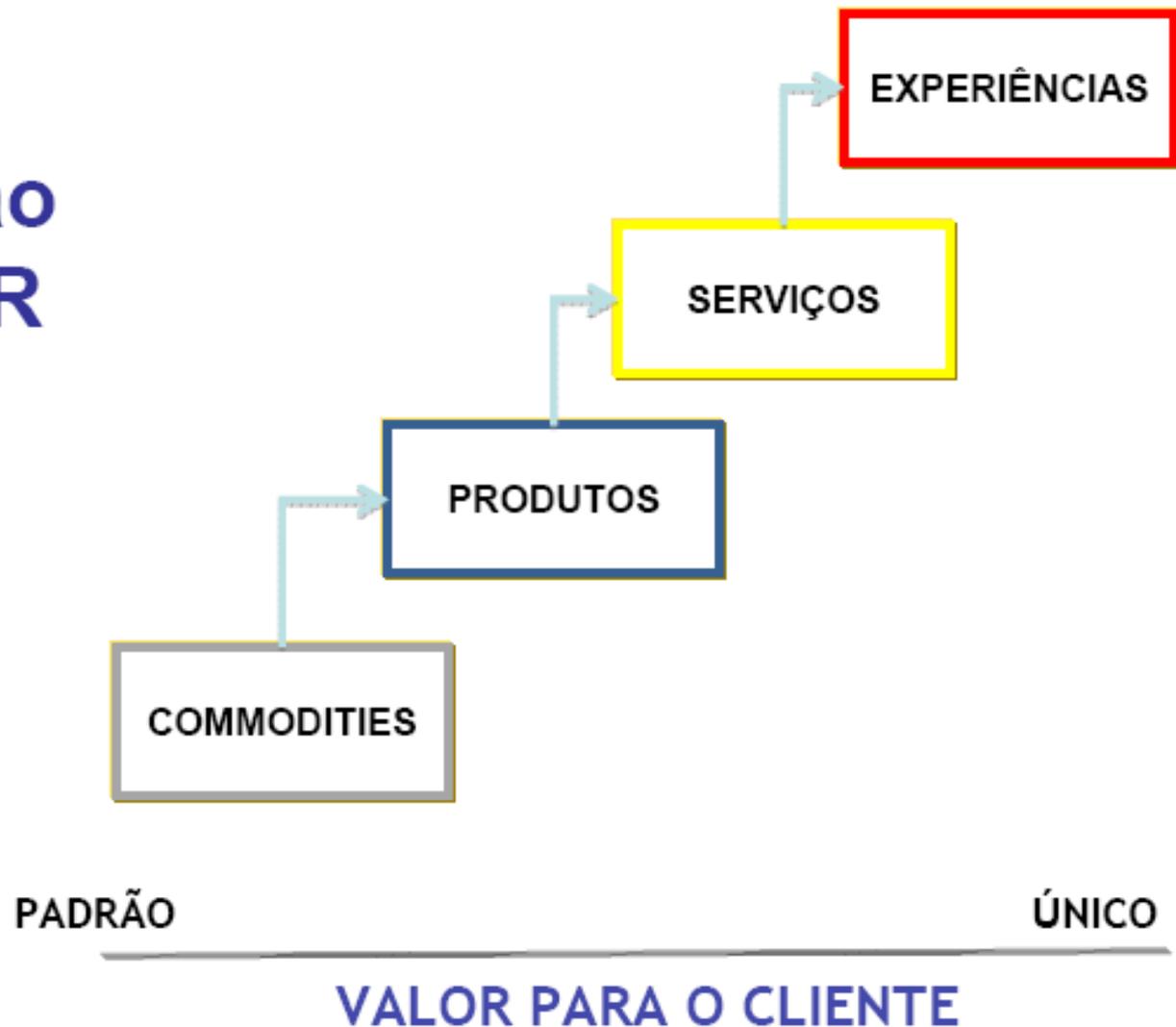
SIGNIFICADO

+

APRENDIZADO

...para os clientes

A evolução do VALOR para o cliente





Welcome, Guest

Sign In
to share, vote
& discuss

SIGN IN

Check out
the latest
ideas now!

Help shape the future of Starbucks—with your ideas

You know better than anyone else what you want from Starbucks. So tell us. What's your Starbucks Idea? Revolutionary or simple—we want to hear it. Share your ideas, tell us what you think of other people's ideas and join the discussion. We're here, and we're ready to make ideas happen. Let's get started.



share

Post your Starbucks Idea—from ways we could improve to things we've never even thought of.



vote

Check out other people's ideas and vote on the ones you like best. The community votes. The community decides.



discuss

Talk about ideas with other customers and our Starbucks Idea Partners and help make them even better.



see

This is the proof. See which of your ideas were the most popular and watch as we take action.

Reflexões sobre Inovação:

Sustentabilidade;

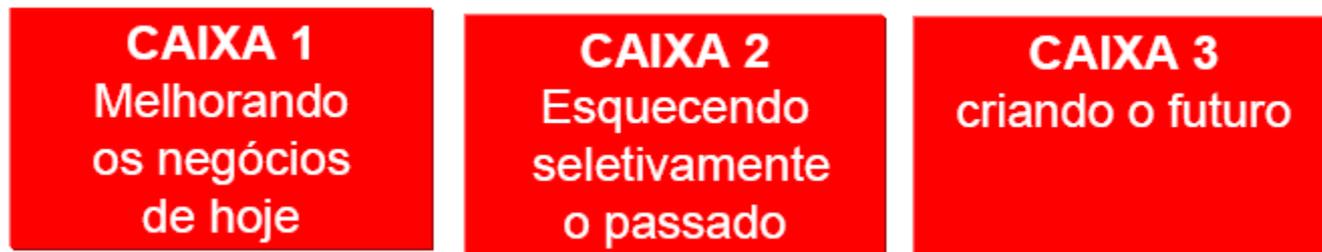
Processo Contínuo/ Orgânico;

Paradoxal;

Open Innovation, Inovação disruptiva, Business Innovation, Cocriação

E o Marketing das empresas para onde vai?

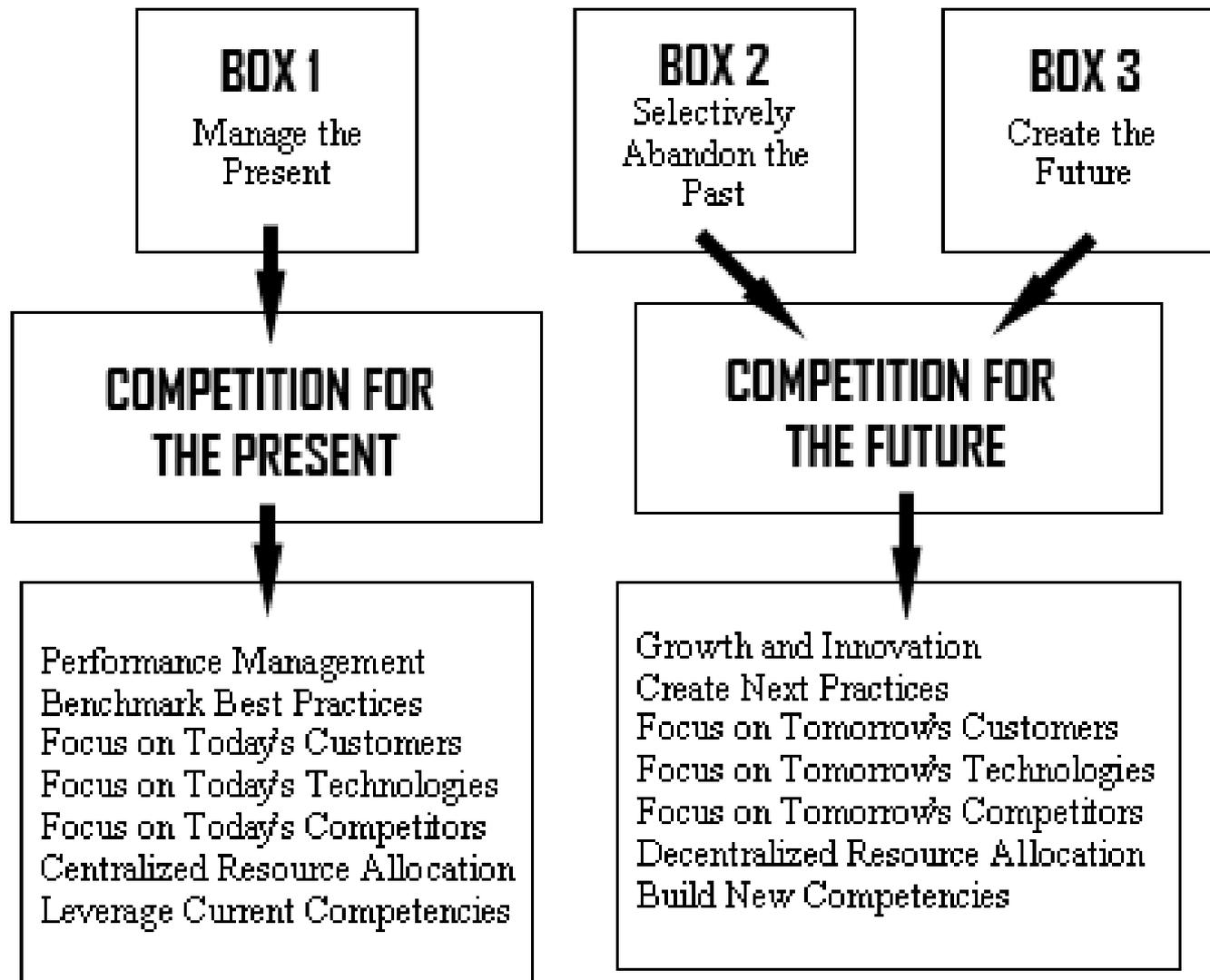
Exercício - aonde você gasta seu tempo hoje
(0 a 100%)?



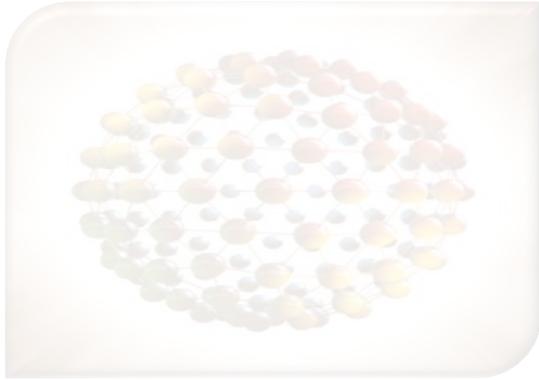
espaço do oceano azul



Box Strategy: where does *reverse innovation* fit in? :



Agenda



1- Nanotecnologia

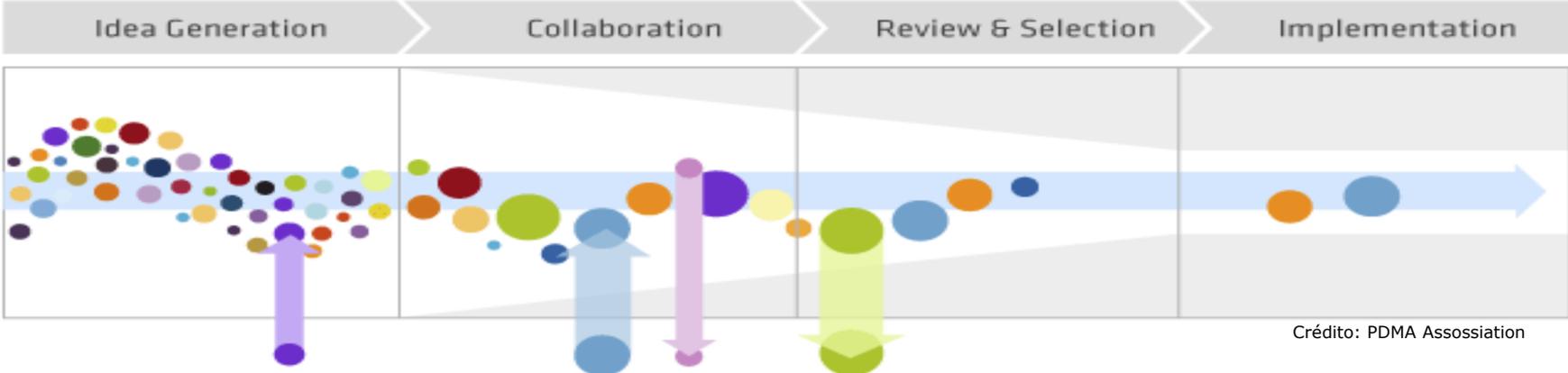


2- Competitividade



3- Nanotecnologia
como fator de
competitividade

POLÍTICA DE DESENVOLVIMENTO COMPETITIVO



Publicação Científica

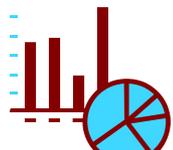
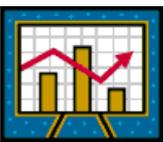
Patente

Produto

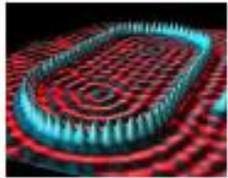
Pesquisa Básica

Pesquisa Aplicada

Diferencial Competitivo (\$)

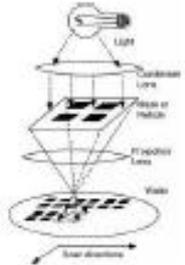
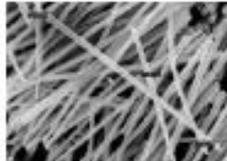


PRODUÇÃO CIENTÍFICA



Scanning Tunneling
Microscope

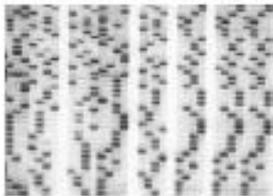
Inorganic
Nanowires



Photolithography



Quantum Dots



DNA Sequencing

Revolucionando soluções “cleantech”



Transformando equipamentos eletrônicos



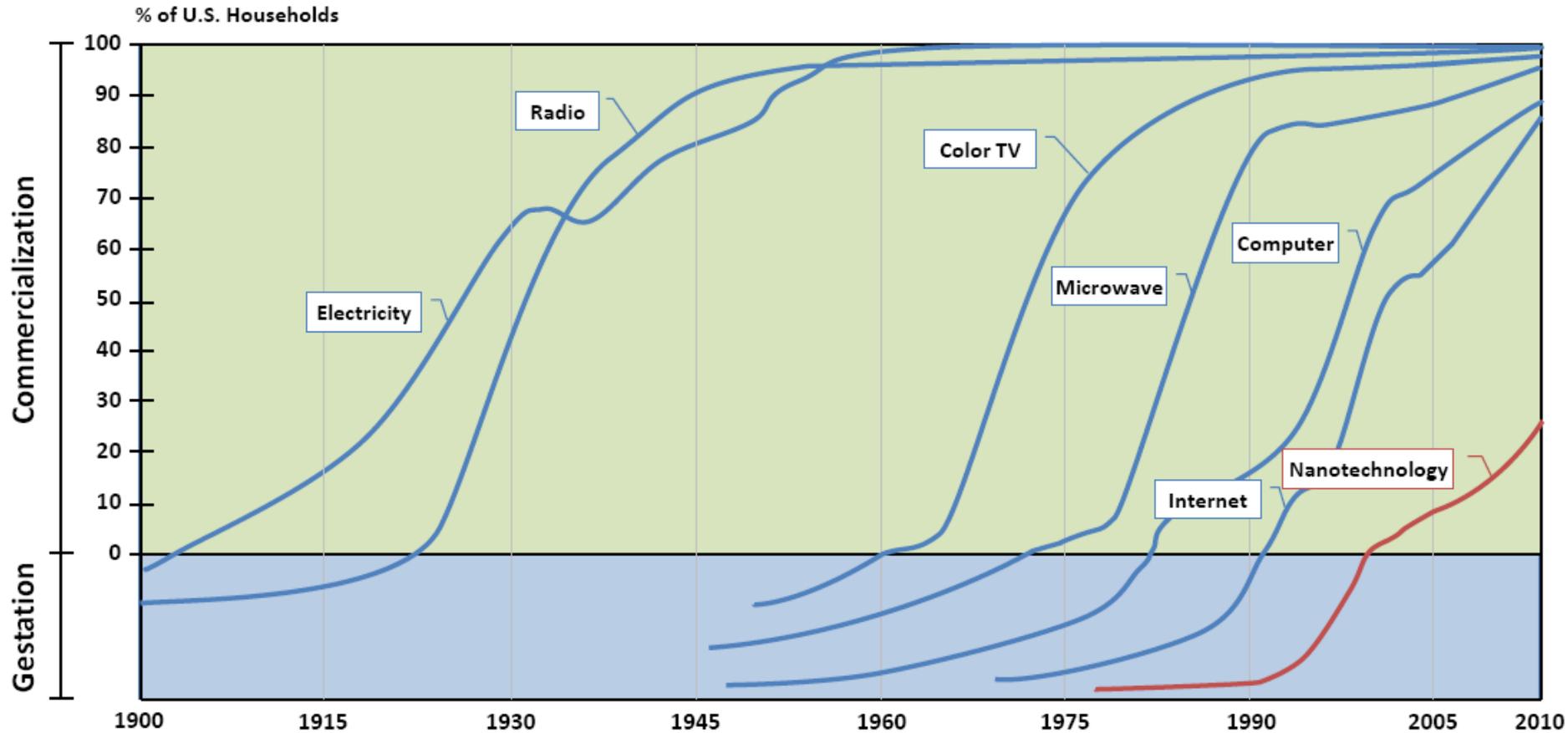
Nova classe de produtos terapêuticos e diagnóstico



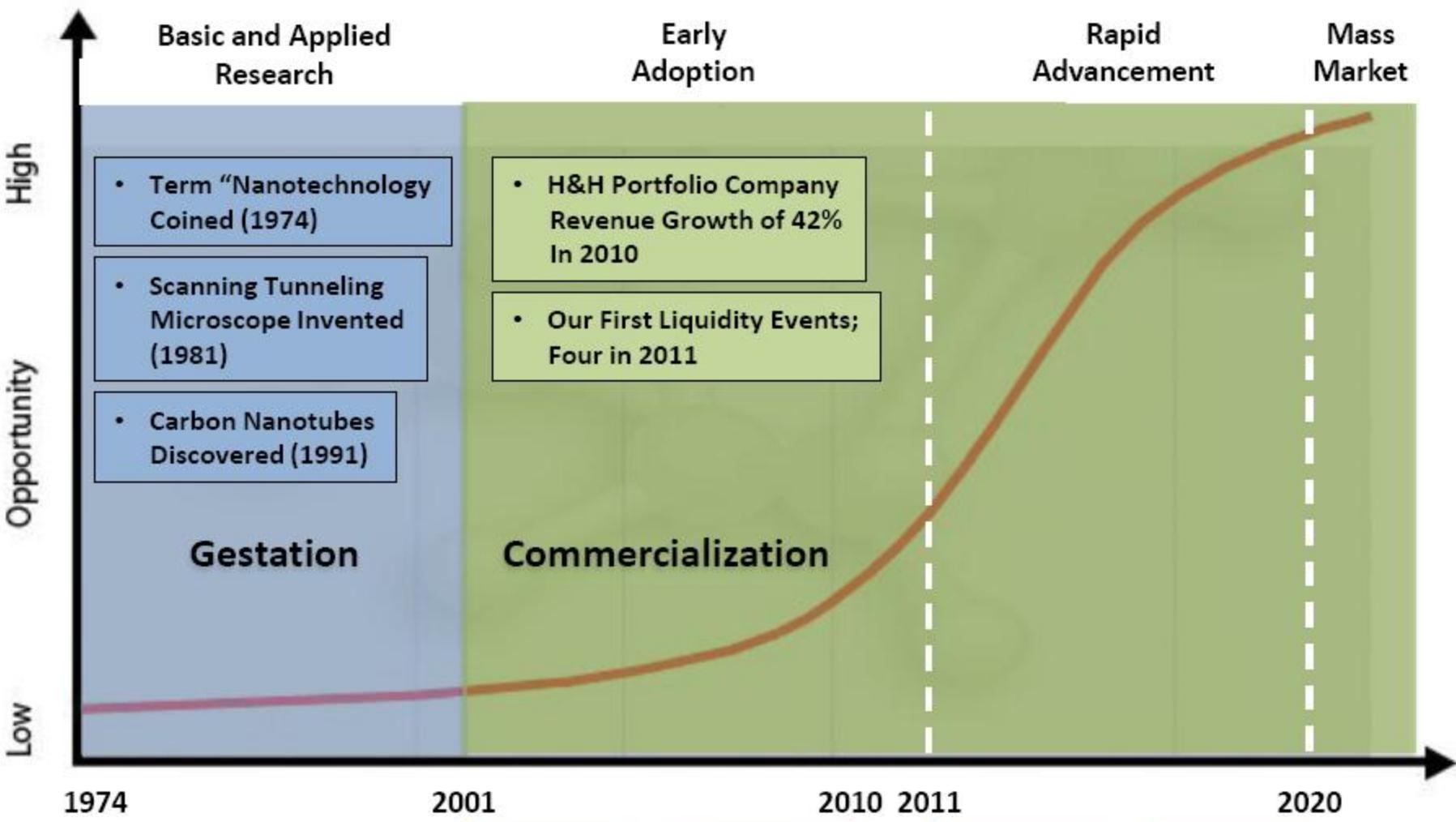
1980 – 2000

2000 – Present

A nanotecnologia concluiu a transição da incubação para comercialização.



A Nanotecnologia é posicionada como de rápido crescimento



First Decade of Commercialization (2001-2010)
Second Decade of Commercialization (2010-2020)

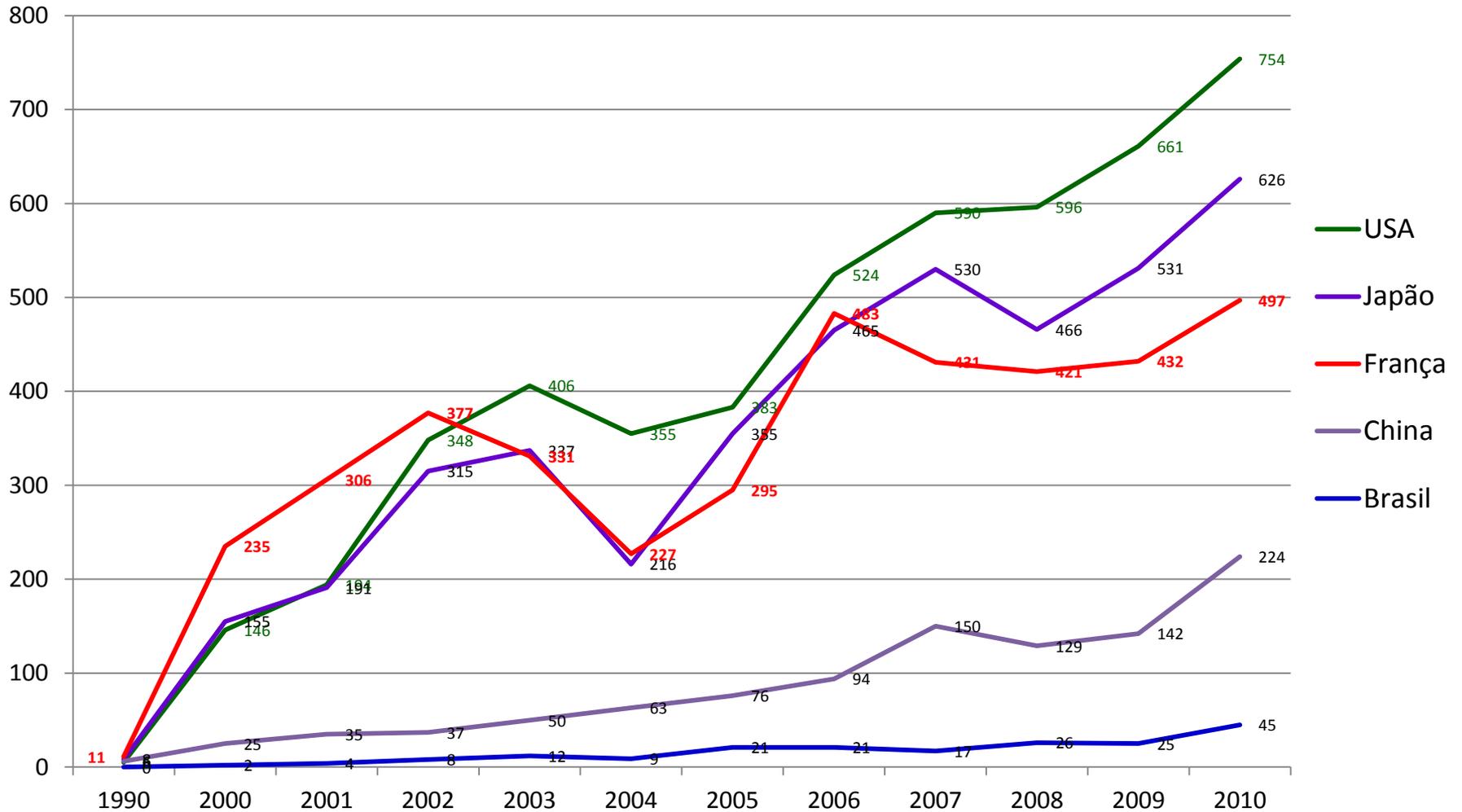
Fonte: Michael Roco, NSF and NNI (2010)

A Nanotecnologia gera retorno

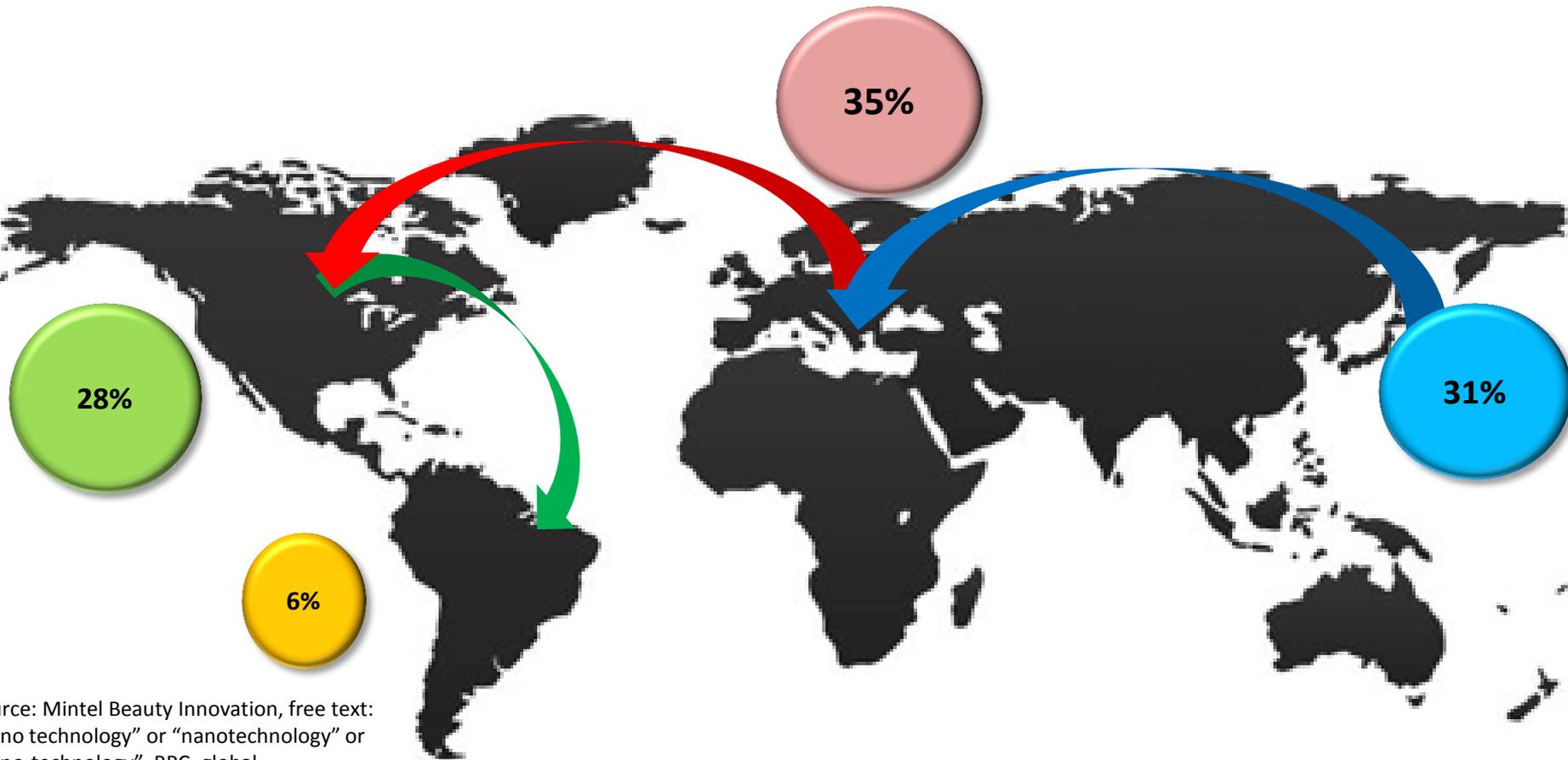
Company	Liquidity Event	Cost	Return
Solazyme	IPO (NASDAQ: SZYM)	\$5,309,991	\$52,926,303 ¹
BioVex	Acquisition (Amgen)	\$3,954,390	\$18,182,073 ²
NeuroMetrix	IPO (NASDAQ: NURO)	\$2,103,281 ⁴	\$16,674,351 ^{3,4}
NanoGram Devices	Acquisition (Wilson Greatbatch)	\$813,210	\$2,749,955 ⁴
Totals		\$12,180,872	\$90,534,767

PATENTES

Depósito de Patentes por país
Cosméticos e Nanotecnologia (base: INPI, USPTO, EPO e NITEC)

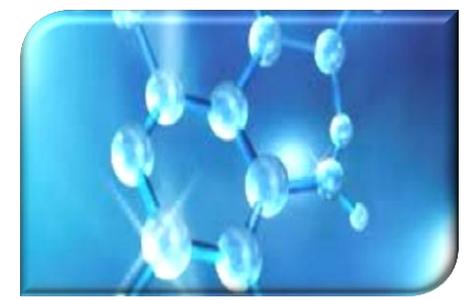
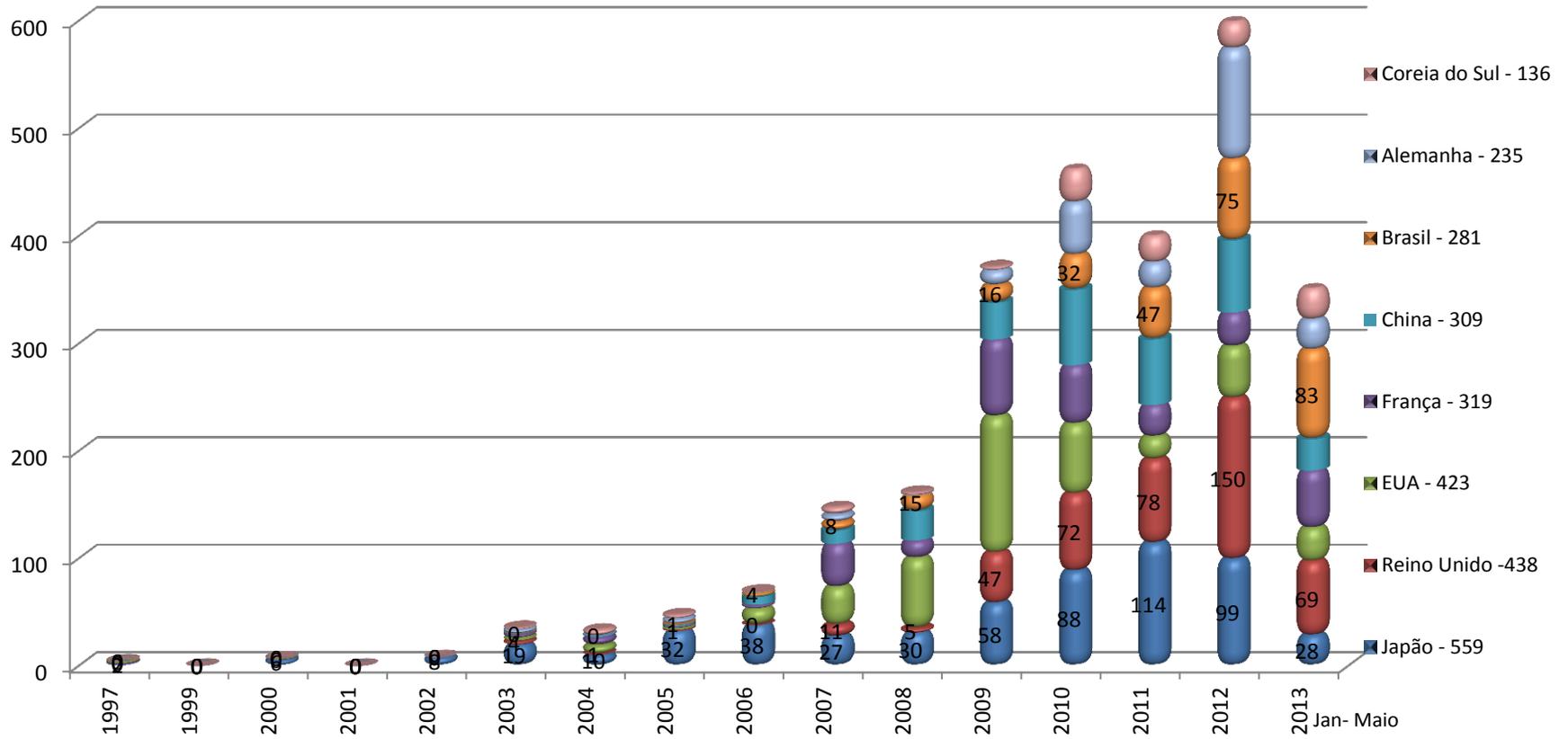


Presença Global da Nanotecnologia

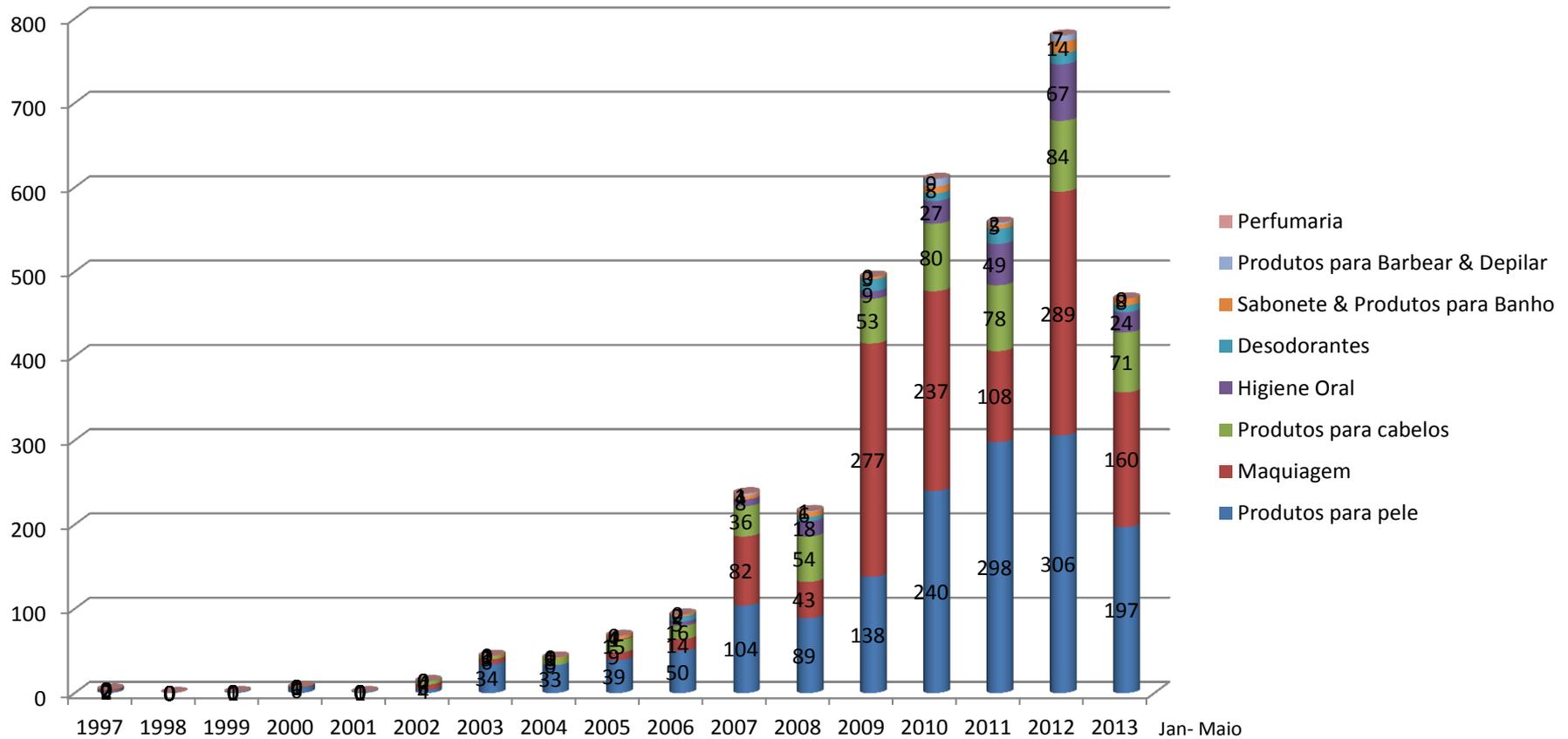


Source: Mintel Beauty Innovation, free text: "nano technology" or "nanotechnology" or "nano-technology", BPC, global

LANÇAMENTOS NANO*



LANÇAMENTOS NANO* por Categoria



LANÇAMENTOS

Exemplos em produtos de cuidado para pele



Dr. Ci:Labo Aqua Collagen-Gel Super 1500
(Japan, \$69)

Contém 1,500mg de nano collagen (máxima hidratação)



Chantecaille Aromacologie Nano Gold Firming Treatment (US, \$402)

Produto enriquecido com **Nano gold** para estimular a regeneração celular.



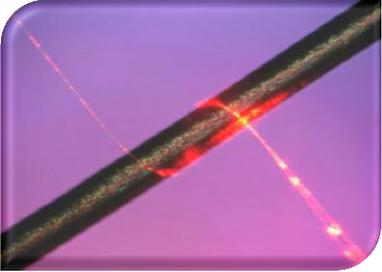
KohGenDo UV High Protection is a powerful sunscreen with **SPF 50+/PA+++** (Japan \$43)

Contém **Vitamina A nanoencapsulada**, antioxidante Pycnogenol e extrato de indigo para controlar a formação de melanina.



Beauty Mate Bright Up Nano Eye Mask (Singapore, \$12)

Formulado com uma **Tecnologia Japonesa Patentada** e combinada a uma máscara capaz de promover a entrega de ativos no interior da célula.



LANÇAMENTOS

Exemplos em produtos de cuidado para cabelo



- **Jequiti Fyo Professional Cachos Controlados e Definidos (Controlled and Defined Curls) Shampoo (Brazil, \$9, BRL 14.30)**
- Enriquecido com um **Nano Hidra Fyo Complex**, um blend de **nanoprotein Sericin**, polímeros condicionantes, manteigas e silicões. Reduz o volume e frizz.



Salon Style Nanocharge Hair Spray Super Hard (Japan, \$5)

Contém nanoartículas capazes de manter o cabelo “moldado” e hidratado o dia todo.



LiQWD Nano Hydration Volumizing Professional Catalyst (Japan, \$29)

Nano-Hydrasphere Technology, “diz” conter uma bala de prata para beleza do cabelo, penetra profundamente na camada do córtex.

PROGRAMAS MOBILIZADORES EM ÁREAS ESTRATÉGICAS

Linha 1

Inova Brasil

Programas mobilizadores em áreas estratégicas

Complexo
Saúde

Energia

Tecnologias de
Informação e
Comunicação

Complexo
Indústria da
Defesa

Nanotecnologia

Biotecnologia

PROGRAMAS MOBILIZADORES EM ÁREAS ESTRATÉGICAS

Acesso à Informação

BRASIL



Prêmio FINEP de Inovação 2013



Busca

Perguntas Frequentes

Endereços

Webmail

Ouvidoria

Converse com a FINEP



- ACESSO À INFORMAÇÃO
- INSTITUCIONAL
- ÁREA PARA CLIENTES
- EDITAIS
- COMUNICAÇÃO
- COMO OBTER FINANCIAMENTO
- PROGRAMAS E LINHAS
- NÚMEROS
- FUNDOS SETORIAIS
- ESPAÇO FINEP
- BIBLIOTECA

Home > Subvenção Econômica > Chamadas Públicas Vigentes

Chamadas Públicas Vigentes

Lembramos que, desde 18 de maio de 2005, o cadastramento no Portal Inovação, previsto nas chamadas públicas da FINEP, deve ser feito pelo link <http://www.portalinovacao.mct.gov.br>. Para receber esclarecimentos sobre esse procedimento podem ser obtidos pelo telefone 0800 601 9600 ou pelo e-mail atendimento@portalinovacao.org.br

Já para dúvidas sobre as chamadas FINEP, por favor entre em contato com o **SEAC - Serviço de Atendimento ao Cliente FINEP**.

Clique e confira as chamadas já disponíveis:

+ Filtros para busca detalhada de editais

Foram encontrados 6 editais que atendem aos critérios de sua busca

-SUBVENÇÃO ECONÔMICA

SELEÇÃO PÚBLICA MCTI/FINEP/FNDCT - Subvenção Econômica à Inovação - 01/2013 - Produtos Obtidos por Processos Biotecnológicos

Esta Seleção Pública visa conceder recursos de subvenção econômica para o desenvolvimento de produtos e/ou processos inovadores, que envolvam significativo risco tecnológico, associados à clara oportunidade de mercado, em produtos obtidos por processos biotecnológicos, nos segmentos de cosmética (a partir da biodiversidade brasileira), defesa e sanidade agropecuária, e vacinas e soros em saúde animal.

SELEÇÃO PÚBLICA MCTI/FINEP/FNDCT - Subvenção Econômica à Inovação - 03/2013 - Nanotecnologia

Esta Seleção Pública visa conceder recursos de subvenção econômica para o desenvolvimento de produtos e/ou processos inovadores, que envolvam significativo risco tecnológico, associados à clara oportunidade de mercado, visando o desenvolvimento de produtos com base em processos nanotecnológicos inovadores.

- [FAQ - Perguntas Frequentes](#) (18/04/2013)
- [FAP - Formulário para Apresentação de Proposta](#) (28/03/2013)
- [Chamada Pública](#)

SELEÇÃO PÚBLICA MCTI/FINEP/FNDCT - Subvenção Econômica à Inovação - TI MAIOR 04/2013

Esta Seleção Pública visa conceder recursos de subvenção econômica para o desenvolvimento de produtos e/ou processos inovadores que envolvam significativo risco tecnológico, associados à clara oportunidade de mercado, na área de Tecnologias da Informação e Comunicação.

- [Resultado preliminar da Seleção Pública - Etapa 1: Habilitação das Propostas](#) (11/06/2013)
- [Prorrogação de Prazo](#) (7/06/2013)
- [FAQ - Perguntas Frequentes](#) (10/04/2013)
- [FAP - Formulário para Apresentação de Proposta](#) (28/03/2013)
- [Chamada Pública](#)



CLIQUE FINEP

A FINEP MAIS PERTO DE VOCÊ:

CONHEÇA NOSSAS LINHAS DE FINANCIAMENTO E ÁREAS OPERACIONAIS

POLÍTICA OPERACIONAL 2013-2014

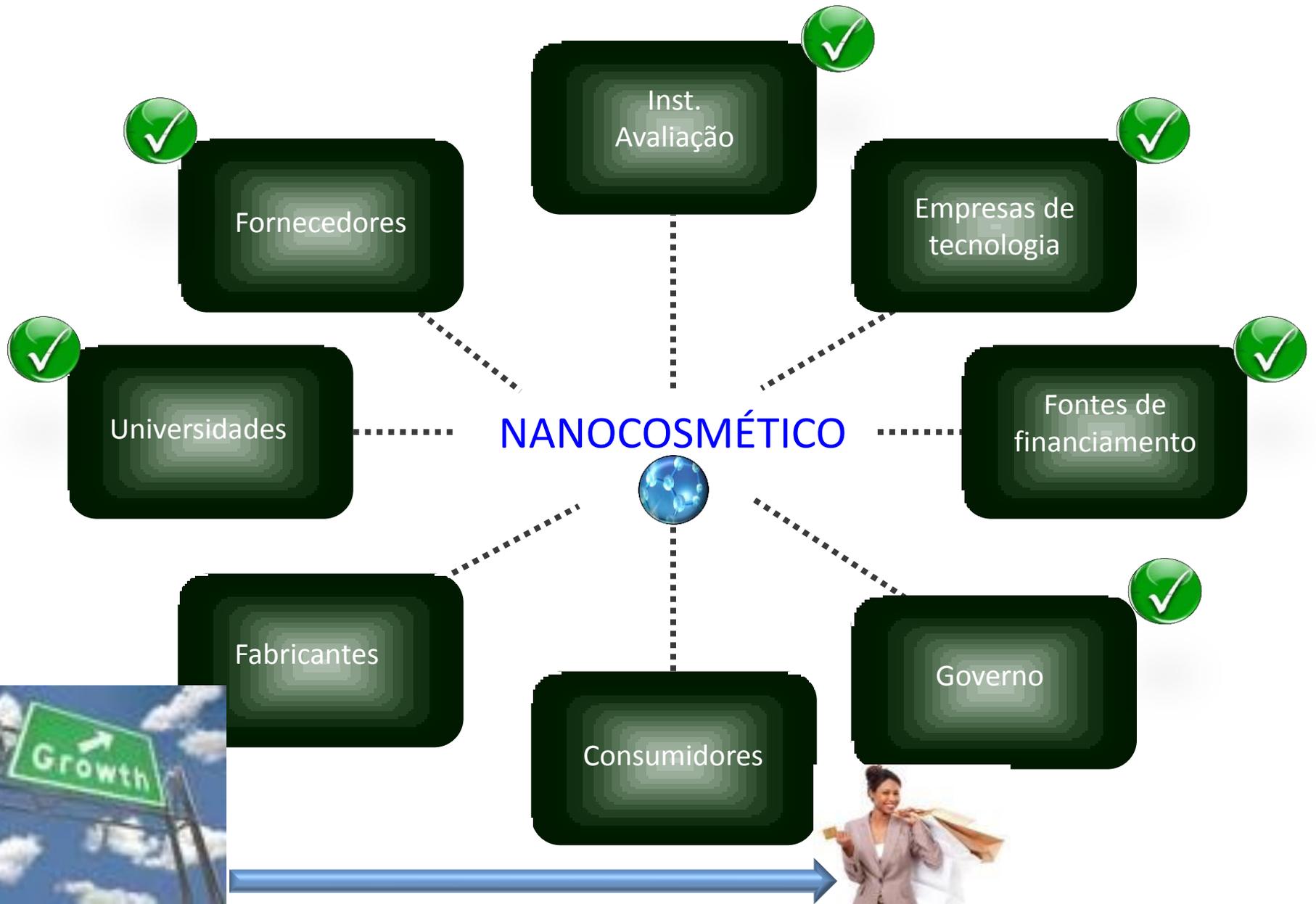
Projetos Contratados pela FINEP

Receba informações sobre a FINEP

Portal DO CLIENTE

Prêmio FINEP de Inovação 2013

Governança em Nanocosméticos





Obrigado!!

Carlos Praes