CADERNO DE INOVAÇÃO



START UPS

CADERNO 19 | NOVEMBRO DE 2015

FGV EAESP
FÓRUM DE INOVAÇÃO
15 anos

EXPEDIENTE

Realização
Fórum de Inovação da FGV-EAESP

Marcos Vasconcellos (coordenador geral)
Luiz Carlos Di Serio (coordenador adjunto)

Gestão Executiva
Luciana Gaia (gerente executiva)
Flávia Canella (staff, layout e diagramação)
Gisele Gaia (staff)
Andréia Leão Mualem (staff)
Andréa Barbuy (staff)

Editora Responsável
Maria Cristina Gonçalves (Mtb: 25.946)

ÍNDICE

Startups 4
Quem é o ITS? 5
Caso Biolab 6
Caso Ogi Technologies 17
Caso BRTOKEN/DATABLINK 26
Caso Bradesco 27

EDITORIAL

Start ups são empresas jovens e extremamente inovadoras, em qualquer área ou ramo de atividade, que procuram desenvolver um modelo de negócio escalável e repetível.

O termo startup para designar empresas recém-criadas e rentáveis começou a ser popularizado nos anos 1990, quando houve a primeira grande bolha da internet. Muitos empreendedores com ideias inovadoras e promissoras, principalmente associadas à tecnologia, encontraram financiamento para os seus projetos, que se mostraram extremamente lucrativos e sustentáveis.

As start ups receberam todo nossa atenção nesse Encontro de Inovação, que além do conceito, trouxe cases interessantíssimos como os da Biolab, da OGGi Technology e da BR Token.

Recomendo a leitura de cada linha, tenho certeza que vão gostar!

Marcos Augusto de Vasconcellos

STARTUPS

O Fórum de Inovação da FGV-EAESP foi criado em maio de 2000, com a missão de estimular a geração, sistematização, difusão e aplicação de conhecimentos sobre a Cultura e a Gestão Estratégica da Inovação. Seus primeiros estudos visavam o entendimento da Organização Inovadora. A partir daí, o foco foi sucessivamente ampliado para as Redes Colaborativas de Inovação e para o Brasil – Sociedade Inovadora.

O Fórum define o conceito de inovação da seguinte forma: INOVAÇÃO = IDEIA + AÇÃO + RESULTADO. Sempre disposto a debater o assunto e seus campos de conhecimento, realiza seis encontros anuais, denominados Encontros de Inovação. No dia 27 de novembro de 2014 foi a vez de discutir Startups, em São Paulo, na FGV Berrini.

O evento teve abertura, realizada pelo seu coordenador prof. Marcos Augusto de Vasconcellos; apresentação do Matching Fórum (novo produto do Fórum debate sobre inovação + networking), por Cláudio Cardoso, professor da UFBA e membro do Fórum de Inovação. Descartes Teixeira, diretor do ITS, foi o anfitrião do evento.

Para ilustrar o tema, foram apresentados casos interessantíssimos de Startups: da Biolab, por Fernando Fernandes; da OGGi Technology, por Edvaldo Ogeda e BR Token, por César Lovisaro e Marcelo Camara, do Bradesco .

Saiba mais sobre o Fórum visitando o site: www.fgv.br/inovforum



Conceito Start ups

Startup significa o ato de começar algo. Empresas startup são empresas jovens e extremamente inovadoras em qualquer área ou ramo de atividade, que procuram desenvolver um modelo de negócio escalável e repetível.

Um modelo de negócio é a forma como a empresa gera valor para os clientes. Um modelo escalável e repetível significa que, com o mesmo modelo econômico, a empresa vai atingir um grande número de clientes e gerar lucros em pouco tempo, sem haver um aumento significativo dos custos.

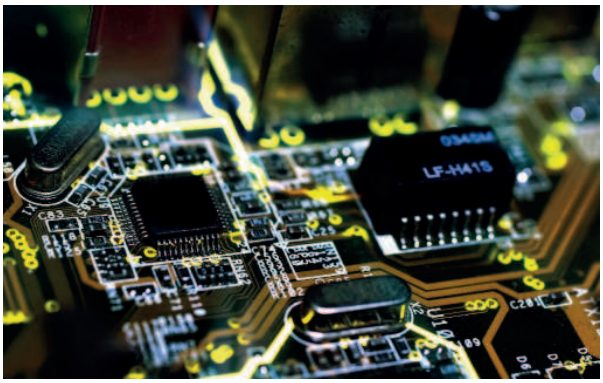
O termo startup para designar empresas recém-criadas e rentáveis começou a ser popularizado nos anos 1990, quando houve a primeira grande bolha da internet. Muitos empreendedores com ideias inovadoras e promissoras, principalmente associadas à tecnologia, encontraram financiamento para os seus projetos, que se mostraram extremamente lucrativos e sustentáveis.

Naquele período, grande parte da explosão de empresas startup surgiu no Vale do Silício (Silicon Valley), uma região da Califórnia, Estados Unidos, de onde saíram empresas como Google, Apple Inc., Facebook, Yahoo!, Microsoft, entre outras.

Todas essas empresas são exemplos de startup que hoje estão fortemente solidificadas e são líderes nos seus setores de atuação no mercado.

Contudo, os empreendedores devem ter em mente que a fase inicial de uma startup é sempre marcada por um cenário de incertezas. Algumas ideias, aparentemente rentáveis, podem se revelar inaplicáveis.

“Posso acrescentar, sem temor que, normalmente, no nosso *mindset* atual, o nome *startup* está sendo mais conectado com empreendimentos de *hightech*. (TIC, bio-tecnologia, nanotecnologia, semicondutores, eletrônica, bioeletrônica, etc)”, disse Descartes Teixeira.



E prosseguiu: “O Fórum de Inovação é um dos mais, se não for o melhor, espaço de encontro de profissionais, devotados ao conhecimento da inovação. Para muitos, inovação é apenas um novo jargão enfeitando nosso dia a dia na linguagem coloquial. Para outros, como os participantes do Fórum, é um conceito, modelos de gestão e de boas práticas gerenciais, para melhorar a competitividade das empresas, gerar melhores condições de vida e outras benesses às pessoas e organizações. O livre exercício do debate e das livres colocações de ideias me fascinaram e me ajudam, até agora, a crescer no meio dos luminares que circulam esse Fórum. Gostoso é ser aceito no FI, ainda que venha com outras culturas e background tão distinto. São essas as minhas razões de prosseguir nesse saudável ambiente”, disse.

QUEM É O ITS?

O Instituto de Tecnologia de Software – ITS iniciou suas atividades em março de 1997, como associação civil sem fins econômicos, por iniciativa conjunta de empresas privadas, universidades, entidades de classe e órgãos de Governos. “O ITS, desde sua origem, colabora com o fortalecimento das PMEs de TI, notadamente de SP, consideradas partes importantes no (clã) empresarial de qualquer país. Em geral são as que mais empregam, as que são flexíveis, ágeis, e - em geral - tecnologicamente atualizadas. Muitas dessas empresas são as que empreendem soluções inovadoras - são as chamadas startups”, explicou Descartes.



Descartes Teixeira - ITS - Instituto de Tecnologia de Software

O ITS tem experiência em lidar com esse segmento de empresas. E sobre essa experiência tem reunido cases expressivos de sucesso na aproximação de tais empresas de grandes

corporações, principalmente as do setor bancário.

“Foi essa experiência acumulada que nos levou à maior aproximação com o Fórum de Inovação”, disse Descartes



Descartes Teixeira - ITS - Instituto de Tecnologia de Software

CASO BIOLAB

O Prof. Descartes apresentou o médico Dr. Fernando Fernandes, Diretor Médico da BIOLAB, indústria nacional com grande participação no setor farmacêutico há mais de uma década, que investe em inovações incrementais e radicais de medicamentos que geraram várias patentes já depositadas internacionalmente.

Dr. Fernando agradeceu o convite e iniciou sua apresentação fazendo um breve relato sobre sua formação profissional como médico pediatra e como, por obra do acaso chegou à indústria farmacêutica: “Naquela época, há 13 anos, embora professor de pediatria e orientador nas áreas de pós-graduação em Saúde, aceitei o desafio de trabalhar com a Biolab em Pesquisas Clínicas e Inovação”.



Dr. Fernando Fernandes - Diretor Médico da BIOLAB

Nesse caminho, Dr. Fernando também necessitou inovar-se ou reinventar-se: “Foi muito difícil reduzir a um dia apenas o atendimento de meus pacientes e abandonar uma antiga paixão que sempre foi ensinar, para dar um *startup* de inovação pessoal”.

Quem é a Biolab?

A empresa nasceu em 1997, tendo seu modelo de negócio focado em medicamentos de prescrição, buscando seu crescimento em produtos derivados de investimento em P&D. Para tanto, estabeleceu várias parcerias com as maiores universidades e centros de pesquisa no país.

Apresenta em seu protofólio mais de 100

produtos, principalmente nas especialidades de cardiologia, ginecologia, clínica geral, reumatologia, ortopedia, pediatria, endocrinologia, geriatria e dermatologia.

Detalhe: não produz ou comercializa medicamentos genéricos.

Ao estabelecer parcerias com universidades e centros de pesquisas, passou a estabelecer contato com incubadoras onde nascem as ideias e produção científica. Há décadas "parecia existir um verdadeiro muro de Berlim entre os laboratórios e as universidades, pela coexistência de culturas diferentes, somente. É muito difícil ensinar o aluno a ser inovador. Na minha opinião, a universidade deve ter como missão o pensar em ser útil ao meio em que ela está inserida e, portanto, gerar conhecimento direcionado ao bem estar e qualidade de vida a esta população, no caso Brasil", reforçou o médico.

Das inovações incrementais, a empresa atualmente apresenta plataformas que já geraram vários produtos, entre eles, comprimidos de dispersão oral instantânea, nanotecnologia, comprimidos de liberação controlada em forma de "pellets", Qsomes, e em parceria com outra empresa nacional, já está desenvolvendo produtos biotecnológicos.

Recentemente, estão em desenvolvimento uma nova e primeira molécula brasileira com ação antifúngica e um nanoanestésico local com ação mais rápida.

Na área de Cardiologia, a Biolab é líder de mercado, mesmo entre as indústrias internacionais, destaca-se também na área de Ginecologia e Dermatologia.



Biolab e Inovação

PD&I



Investimento Anual em PD&I
10% do faturamento líquido

Realização das Pesquisas
Internamente no centro de PDI e em centros e institutos de pesquisas nacionais e internacionais, além de universidades

Tipos de Inovação
Incremental e radical

89 Projetos de Inovação Incremental
Nanotecnologia, QuSomes, dispersão oral, liberação controlada, pellets, β-Ciclodextrina e associações inovadoras

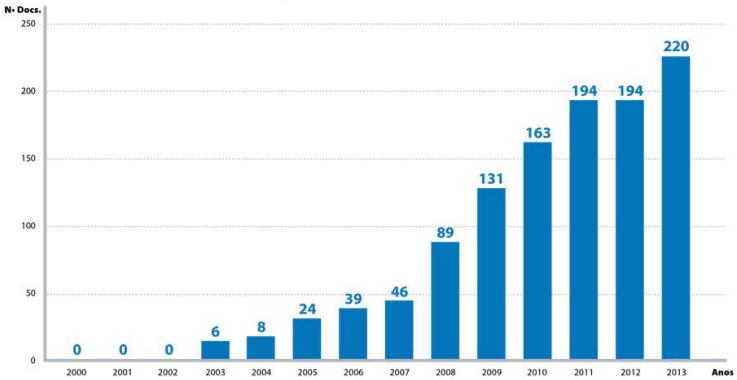
5 Projetos de Inovação Radical
Sistema Nervoso Central, Dermatologia, Distúrbios Cardiovasculares, Gastroenterologia e Oncologia

38 novas Moléculas em teste

evolução do número de patentes

Número de documentos de Patente

23 patentes concedidas



Dados atualizados até Dezembro/2013

PD&I

Dos produtos que promovemos, **63% são inovadores** e correspondem a cerca de **55% do nosso faturamento**

Originários de

•Desenvolvimento próprio
Pressplus, Vonau Flash, Photoprot, DTN-Fol, GOB-6, Encrise, Cronobê, etc

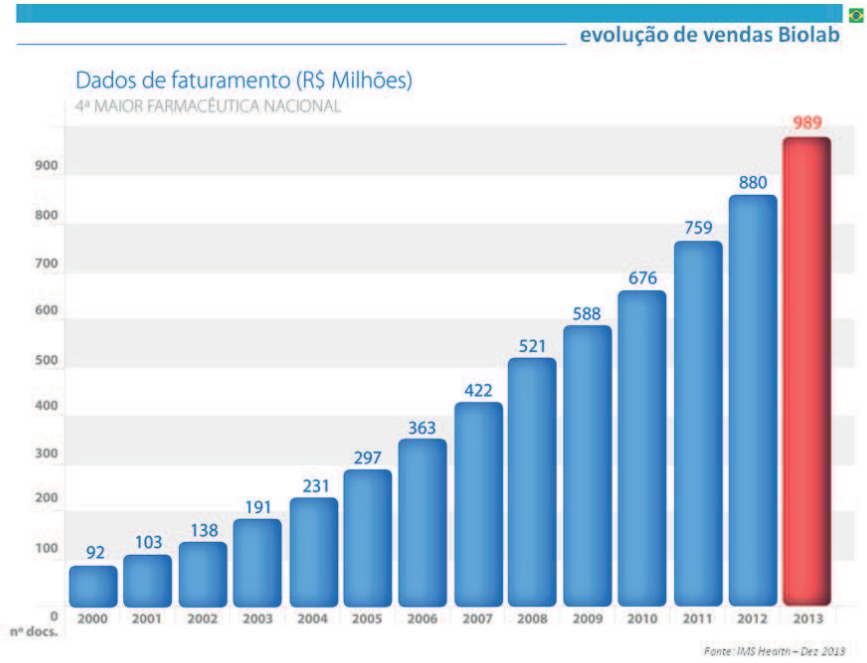


•Licenciados por terceiros
Nebilet, Novanlo, Elidel, Vivacor, Evista, Pantogar, Xefo, etc

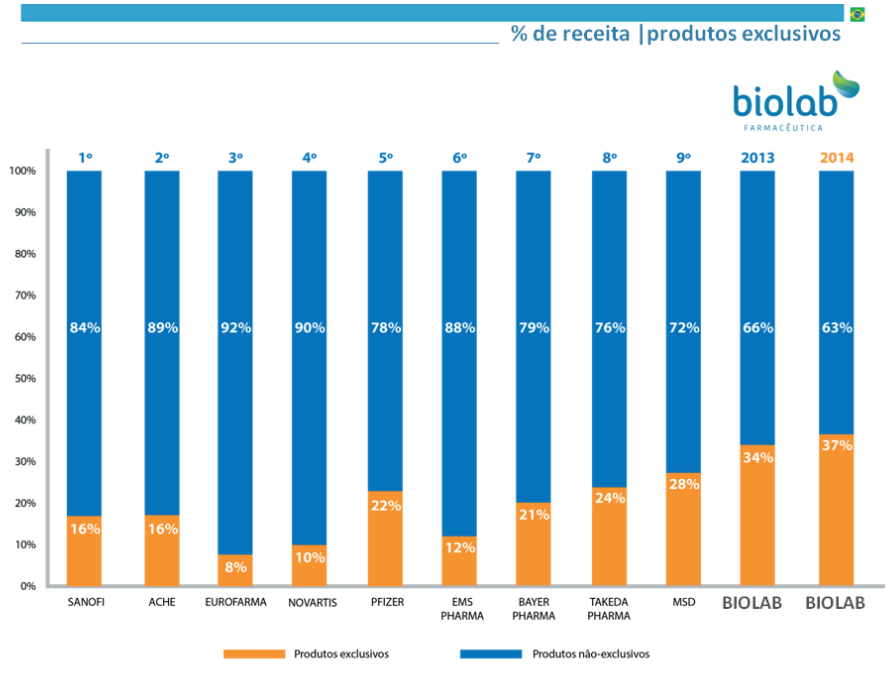
•Aquisição
Drenison, Tapazol

•Desenvolvido por parceiros
Prevelip, Beneflora, Reaox, Movidil, etc

Faturamento

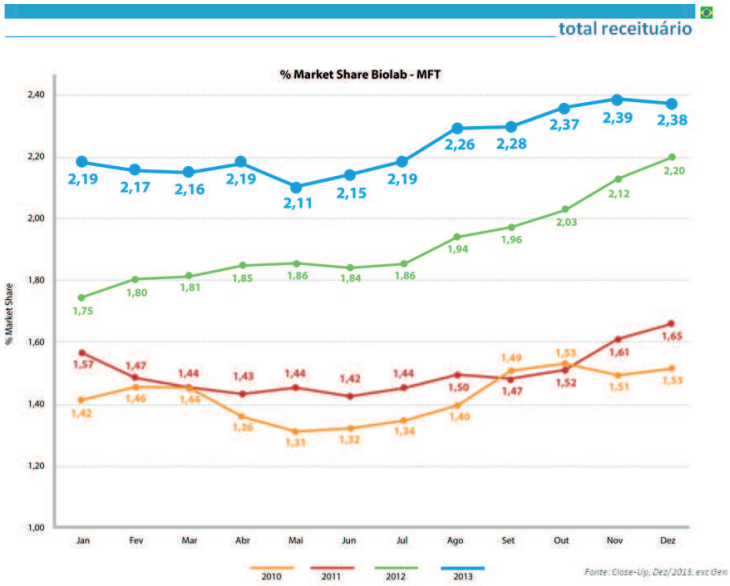


Receita - produtos exclusivos

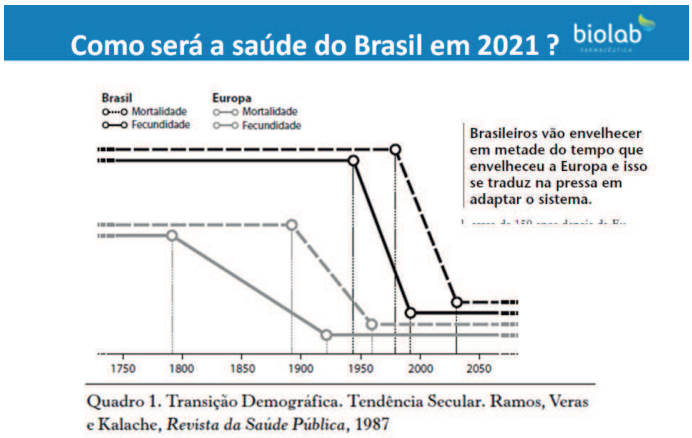


Fonte: IMS Health – PPP/Mercado Ético sem genéricos/MAT Dez 2013 e Dados internos

Distribuição por Especialidades



Como será a saúde do brasileiro em 2021?



Quadro 1. Transição Demográfica. Tendência Secular. Ramos, Veras e Kalache, *Revista da Saúde Pública*, 1987

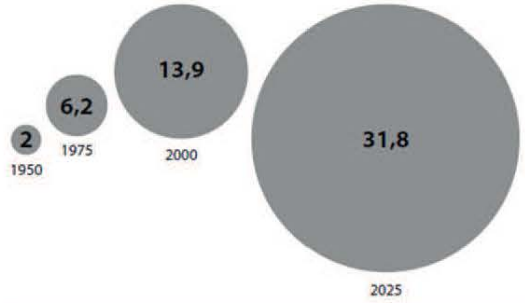


Quadro 2. Pirâmide etária absoluta. Brasil, 1980. População em milhões. IBGE

Quadro 3. Pirâmide etária absoluta. Brasil, 2005. População em milhões. IBGE

Quadro 4. Pirâmide etária absoluta. Brasil, 2020. População em milhões. IBGE

Como será a saúde do Brasil em 2021 ?



Se antes a população de risco era infantil, hoje é senescente, com doenças crônicas não transmissíveis e fatores de risco genéticos e comportamentais difíceis de serem mudados.

Quadro 7. Boom de idosos no Brasil. Em milhões de habitantes com mais de 60 anos. Ramos, Veras e Kalache, *Revista da Saúde Pública*, 1987

O que muda neste atual cenário ?

ASPECTOS DEMOGRÁFICOS E EPIDEMIOLÓGICOS

	ATUAL	2020
POPULAÇÃO MUNDIAL	6,5 bi	7,6 bi
POPULAÇÃO > 65 anos	477 mi (7,3%)	9,4% (9,4%)

80% dos idosos > 75 anos consomem pelo menos uma medicação

36% dos idosos > 75 anos consomem 4 ou mais medicações

EFEITO "CABELO-BRANCO"



Desafios

“Considerando que a população de baixa renda passou a ter maior acesso a medicamentos pelo maior poder aquisitivo e, programas de acesso a medicamentos como a Farmácia Popular, ainda enfrentamos muitos desafios, entre eles as necessidades de assistência e acesso a medicamentos de uso contínuo da população da terceira idade. Este setor de medicamentos (de uso crônico) é onde está localizada a maior parte de nosso portofólio”, disse Dr. Fernando.

Mesmo apresentando produtos para todas as idades e ambos os sexos, desde cosméticos a medicamentos para uso crônico, a Biolab tem buscado sempre inovar tendo como norte o perfil de saúde da população brasileira.

“A centena de produtos que temos em desenvolvimento são prova inequívoca da coerência que temos com nossa missão em inovar”, defendeu o diretor.

VISÃO GERAL SOBRE A DESCOBERTA DE DROGAS E SEUS DESENVOLVIMENTOS



As companhias de pesquisas farmacêuticas e seus associados têm como missão assumir o caminho que vincula o entendimento de uma doença ao seu tratamento com medicamentos eficazes e seguros. As causas das doenças residem em genes, proteínas e células que caracterizam os alvos (*targets*) onde as drogas desenvolvidas tenham a propriedade de agir.

Os pesquisadores buscam:

- Validar estes *targets*;
- Descobrir a molécula certa que interaja com este *target*;
- Testar a eficácia e segurança desta nova droga em laboratório e em seres humanos;
- Conseguir sua aprovação junto aos órgãos reguladores;
- Torná-la acessível aos médicos e aos pacientes;

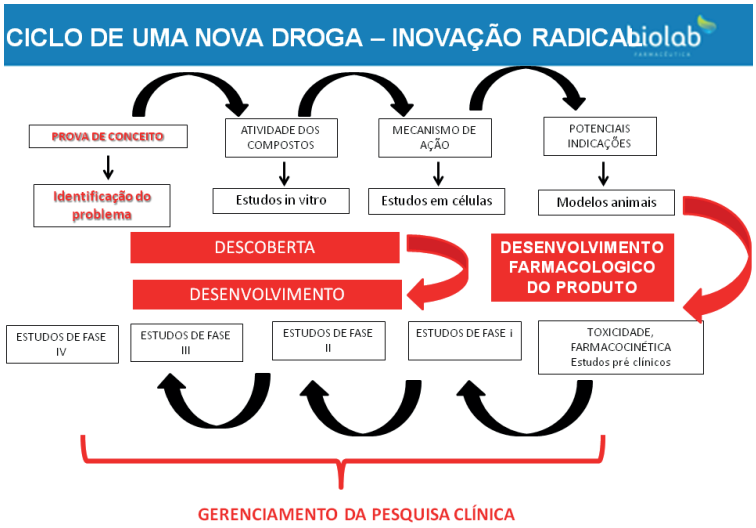
A BUSCA E IDENTIFICAÇÃO DO TARGET

Dado o rico avanço tecnológico das últimas décadas – desde o elevado *screening* de moléculas pesquisadas a algum elevado conhecimento para a compreensão da biologia da doença (mecanismo de doença) "catalisado pela revolução dos "ômics"- deveríamos deduzir que a pesquisa farmacêutica devesse estar em um patamar jamais alcançado", ponderou o diretor médico.

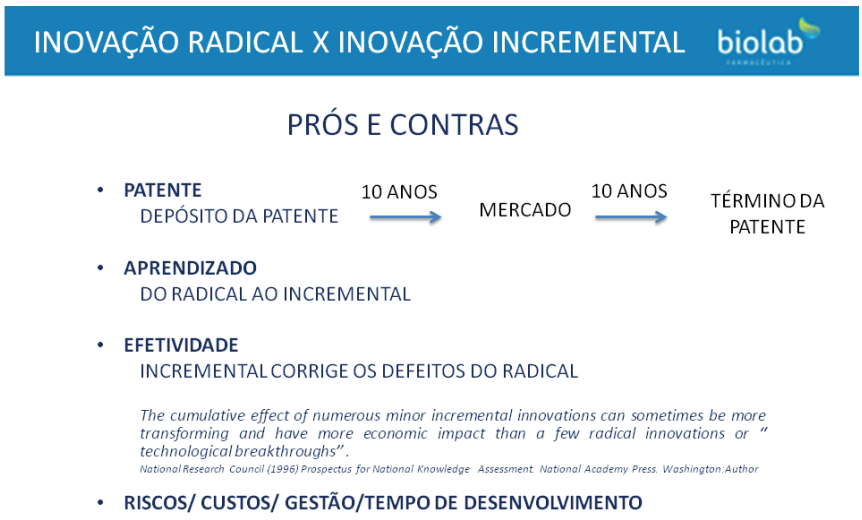
De fato, apesar dos elevados investimentos em P&D, custos no desenvolvimento de drogas são extremamente elevados para o pouco que se produz levando ao que hoje designamos como "crise de produtividade".

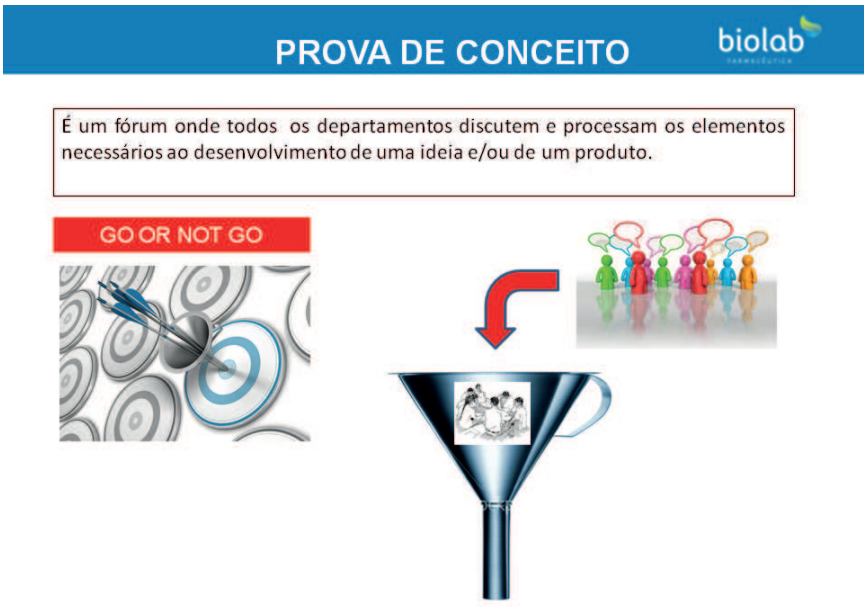
As razões são complexas incluindo limitações regulatórias, aversão em assumir riscos, reembolso desafiante, custos escalonados das pesquisas clínicas e a busca por tratamentos mais complexos para doenças de difícil tratamento. E também a melhora dos tratamentos já existentes que já tenham reconhecida efetividade.





Inovação Radical x Inovação Incremental





"A nossa preocupação na inovação é a eficácia assegurada para o consumidor brasileiro", resumiu.

Confira agora uma entrevista exclusiva com diretor clínico da Biolab, Dr. Fernando Fernandes:

FI - É parte do modelo de negócio da Biolab não atender o setor público? O senhor poderia explicar o motivo dessa inovação numa época que muitos laboratórios migraram para os remédios populares?

Fernando – A Biolab atende o setor público sim. Realizamos vendas atendendo a processos licitatórios, embora corresponda a um pequeno percentual de nosso faturamento. Se considerarmos o Programa Farmácia Popular como atendimento ampliado à população, um de nossos produtos para hipertensão é um dos líderes em prescrição e vendas em unidades.

Entretanto, somos uma empresa que sempre comercializou produtos vendidos somente sob prescrição médica, na maioria promovendo o produto junto a classe médica e, raríssimos casos, com promoção via mídia.

Continuamos acreditando que, a médio e longo prazos, a indústria farmacêutica somente sobreviverá no mercado enquanto inovar.

FI - Como ser competitivo num mercado oligopolizado?

Fernando – A Biolab nasceu comercializando basicamente produtos similares (genéricos de marca) promovidos a partir de propaganda médica, com poucos novos produtos lançados, porém desde o início buscando inovar.

Naquela época o diferencial residia em dois pontos: qualidade e preço ao alcance da população brasileira. Enquanto firmávamos conceito junto a classe médica iniciávamos uma célula germinativa relacionada a inovações ditas incrementais. Assim, além de contemplarmos a expectativa dos médicos, oferecíamos produtos inovadores únicos no mercado, com inegáveis benefícios aos seus pacientes, com preços compatíveis com os investimentos em PDI e com o poder de compra do público consumidor. Em um mercado oligopolizado pelas multinacionais passamos a ser competitivos. Motivo? Inovando produtos, processos e paradigmas.

FI - Como relacionar valores, cultura e resultados da inovação na Biolab?

Fernando – Entendemos como valor não somente o tamanho do retorno financeiro de um produto. Valor é o benefício que o produto traz à população que o consome tendo, portanto, a garantia do retorno sobre o investimento como consequência natural. Quanto a cultura, trata-se de um processo que não depende somente da indústria, mas de toda a linha de consumo que atinge o público consumidor, porém passando por quem prescreve e quem dispensa o medicamento.

Sua mudança é lenta e depende de mudança e atitude no fazer. A cultura em inovar é, sem dúvida, vital, porém devemos reconhecer que estamos ainda em franco estágio de aprendizado.

FI - Qual a relação da Biolab com startups?

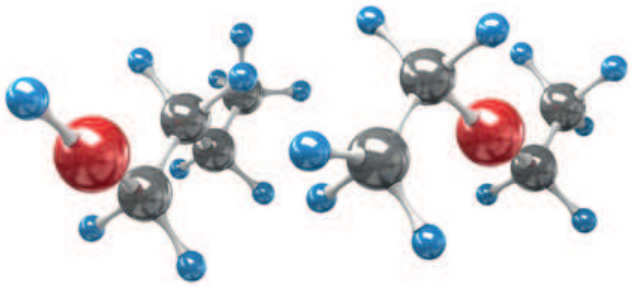
Fernando – A Biolab relaciona-se com startups, sendo a maioria prestadores de serviços, pois os que desenvolvem produtos não o fazem com provas de conceito sólidas, isto é, cientificamente validadas. Existem exceções, com as quais temos trocado benefícios interessantes.

FI – Vocês investem 10% em P&D, um valor considerável, e o setor quanto pratica?

Fernando – Os percentuais de investimentos em PDI variam entre 7 e 10%, na dependência dos resultados obtidos no desenvolvimento de novos produtos. Dados da FarmaBrasil indicam que em média a indústria de transformação brasileira investe, aproximadamente, 0,6% em PDI, enquanto que a farmacêutica 2,4%.

Assim, a Biolab situa-se bem acima da linha média, daí estar entre as que mais investe no país.

FI – O senhor falou sobre moléculas quirais? Como chegaram a elas? Foi um acaso, uma demanda? É possível aumentar essa experiência e trazer resultados inovadores e surpreendentes para a indústria farmacêutica?



Fernando - Moléculas quirais são enantiômeros de moléculas de reconhecida ação terapêutica. Sob uma visão prática é como se dividíssemos uma molécula em duas partes em que, em uma delas, residisse apenas sua ação desejada e , na outra, o que fosse responsável pelos efeitos colaterais. Ao aproveitarmos a somente a parte boa, chegamos a um princípio ativo o mais próximo do ideal: mesma ação porém com redução dos efeitos colaterais indesejáveis. Quanto a possibilidade em aumentar esta demanda de produtos quirais a resposta é sim. O problema reside no fato de a indústria farmoquímica brasileira ser totalmente incipiente, bastando lembrar que 90% dos fármacos utilizados em nossa indústria serem importados, sem melhores perspectivas, e contribuindo pesada e negativamente em nossa balança comercial.

FI – Qual as perspectivas de inovação da indústria farmacêutica, levando em conta a manutenção da saúde e não o tratamento da doença?

Fernando – A indústria farmacêutica é parte de um amplo espectro de participantes em um complexo sistema de saúde. Entretanto, apesar de produzirmos medicamentos que curam doenças, também sabemos de nossa corresponsabilidade em promover saúde em seu sentido mais amplo, isto é, sem doença, com ganho de anos de vida com qualidade. Sobrevivemos com produtos que curam doenças, mas entendemos que na prevenção primária reside a forma eficiente, eficaz e efetiva em se promover saúde.

Entretanto, o que observamos desde os anos 50 foi que o ser humano aumentou sua longevidade consideravelmente, sendo que 40% destes anos ganhos devem ser atribuídos

ao desenvolvimento de novos fármacos. Atualmente, a indústria farmacêutica enfrenta vários desafios externos, especialmente macroeconômicos e obstáculos regulatórios, na contra mão da iniciativa inovadora. Ao continuar nesta situação, sem que algo concreto mude a prática governamental e o cenário vigente, correremos o risco de perdermos, no futuro, todo o incremento na longevidade ganho nas últimas décadas.

FI - Ainda relacionado a pergunta acima, envolvendo a promoção da saúde, sabemos que uma inovação radical pode iniciar um novo ciclo econômico, inclusive. Que passos a Biolab está dando nessa direção?

Fernando – A inovação radical tem uma história natural que se inicia com inovações incrementais. Descobre-se novas moléculas (patenteáveis), mas com núcleo químico ativo conhecido (antigos meetoos e hoje denominados semi-radicais) e se chega às radicais (nova entidade química).

A Biolab está percorrendo o caminho natural de quem convive com PDI: com o desenvolvimento de vários produtos incrementais, alguns semi-radicais e em teste de moléculas classificada como de inovação radical.

CASO OGI TECHNOLOGIES



"A OGI Technologies, da área educacional especializada em salas de aula digitalizadas, veio nos apresentar soluções para os mercados que já atua. Seu CEO, Edvaldo Ogeda, vai nos contar sobre a visibilidade que a solução ganhou junto à Igreja Católica, pois tem entre seus clientes uma escola franciscana de Buenos Aires. A OGI já nasceu global, e apresentou um projeto de educação no Vaticano, que me fez cair das nuvens, me faz acreditar em ser brasileiro", disse Descartes sobre o palestrante que viria a seguir.

A missão da OGI é apoiar a Rede de Educação com projetos dirigidos a comunidades e estudantes excluídos. As aulas são interativas, e permitem o aluno viver o conhecimento e fixá-lo com mais efetividade. Todo conteúdo fica disponível, para todas as escolas da rede, pois permanece armazenado na nuvem.

A grade curricular não muda e é cumprida, porém, os livros são acrescidos de uma dinâmica mais interativa, tanto pelos alunos quanto pelos professores. A família também poderá participar, pois o aluno poderá acessar o que produziu, e mesmo, construir conteúdo em casa.

Edvaldo Ogeda contou que a OGI é *spin of* de uma outra companhia, da Ogeda Consultoria. “Como *spin of* fizemos reflexões do que é a educação e como ela é o único motivador para mudar família, sociedade, país. A partir disso, passamos a desenhar um modelo, visando reformular o futuro da aprendizagem e muito desse modelo foi baseado na leitura das gerações, hoje de nativos digitais. A geração Z já nasce familiarizada com *tablets* e afins”.

“No meu caso, eu sou jurássico, assim como muitos professores. Vamos incorporar a tecnologia na vida dos docentes, sem perder o contato humano, importantíssimo principalmente no fundamental 1 e 2. Levamos isso muito em conta”, ressaltou.
Há uma quebra de paradigma. Não são os conhecimentos que mudam e, sim, a forma como são passados. “Se faz necessária uma reforma no processo de ensino e aprendizagem, já que muitos professores foram formados no século XX e os jovens estão imersos no século XXI”, disse Edvaldo.

Curiosidade:

HABILIDADES SUGERIDAS PELA UNESCO DO SÉCULO XXI & ECONOMIA GLOBAL

- ALFABETIZAÇÃO COM RECURSOS TECNOLÓGICOS E MULTIMÍDIA
- COMUNICAÇÃO EFICAZ
- PENSAMENTO CRÍTICO
- RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS
- COLABORAÇÃO

Remodelando o Futuro da Aprendizagem



Modelo de maturidade



Um diferencial da OGI é o modelo de maturidade para implantação do projeto. Ele contempla as diferenças regionais do país e entre as pessoas: “dessa forma, a solução pode ser escalável porque não dá para ficar só no estado da arte. Cada escola poderá se desenvolver de acordo com a maturidade do projeto, incluindo a maturidade digital dos professores. Os jovens já são digitais, ao contrário dos professores e levamos em conta esse GAP”, acrescentou Ogeda.

OGI e Infraestrutura

O que é preciso para se ter uma sala digital?

Uma estrutura simples composta de uma lousa digital, uma lousa na parede, um servidor, uma antena (que conecta 340 simultaneamente em *wifi*).

Com o sistema da OGI, o professor tem acesso a conteúdos virtuais, independentemente da internet. “Com uma estrutura mínima, os alunos conseguirão interagir independentemente do acesso à banda larga. É possível criar uma aula autoria, publicar e disponibilizar para todos os professores daquela disciplina. A estratégia foi estabelecer servidores em cada escola e na nuvem, obter conteúdos e estabelecer políticas para distribuição de conteúdos. Vale as mesmas regras em qualquer lugar e todos tem o mesmo acesso”, explicou.



Gestão de Conteúdo – Solução na Nuvem

Gestão automática de distribuição e atualização de conteúdos educacionais a partir da Sede da Rede Educacional.

- Melhor desempenho a acesso de conteúdos dentro da escola
- Melhor experiência educacional para os alunos independentemente de conexão disponível
- Mais eficiência na distribuição e atualização de conteúdos
- Menor custo para a gestão de conteúdos.

Construção Modelo de Escola

A OGI planejou um sistema construtivo rápido e de baixo custo. Trata-se de escolas com até 8 salas digitais e 35 estudantes por sala, com cozinha, despensa, restaurante, banheiros para meninos e meninas, biblioteca, sala de reuniões, sala de professores, contabilidade, recepção, administração, secretaria e CPD. Utiliza energia limpa. “Normalmente construções são caras. Nossa intenção é apresentar um template de escola, viável e digno”, contou Edvaldo.

“A primeira escola foi inaugurada na Argentina. Meu grande desejo é que, em algum momento, o nosso país possa abrir caminhos, de maneira eficaz, para a educação e que possamos mudar de patamar, pois é lamentável o que se vê por ai, envolvendo também políticas públicas. Com escola viável e digna, com tudo que tem de melhor”, sonha o consultor.

Saiba Mais:

NO DIA 07 DE NOVEMBRO DE 2014, A CONGREGAÇÃO FRANCISCANA ARGENTINA INAUGUROU O PRIMEIRO COLÉGIO DE EDUCAÇÃO DIGITAL.

DURANTE O EVENTO, OS DIRETORES DE TODOS OS COLÉGIOS FRANCISCANOS DA ARGENTINA ESTIVERAM PRESENTES E RECEBERAM A BÊNÇÃO DO MINISTRO GERAL DA CONGREGAÇÃO, FREI MICHAEL PERRY, QUE DE ROMA (ITÁLIA) ABENÇOOU O PROJETO POR MEIO DE VÍDEO CONFERÊNCIA: "A BENÇÃO SEGUE DIGITAL, MAS É REAL", CONCLUIU O MINISTRO ENTRE RISOS.

OS PAIS TAMBÉM ESTIVERAM PRESENTES NO EVENTO E OS ALUNOS COMPARTILHARAM A ATUAL EXPERIÊNCIA DE APRENDIZAGEM DIGITAL. E, PUDERAM TOCAR NAS LOUSAS DIGITAIS, VER VÍDEOS E FAZER EXERCÍCIOS NOS TABLETS INTERAGINDO COM SEUS FILHOS. ERA IMPOSSÍVEL CONTER A EMOÇÃO EM VER OS FILHOS VIVENCIAREM A MUDANÇA DA HISTÓRIA.

Trouxe o case da implantação de uma escola na Fundação Horacio Cartes, Paraguai: "uma escola para cerca de 200 crianças carentes, preocupada em oferecer o melhor para quem não tem condições financeiras", ressaltou.



Formação de professores – Fator Crítico de Sucesso



É preciso fazer os professores dominarem a tecnologia, antes dos alunos. “Estamos fazendo esses profissionais se apropriarem das tecnologias e trocar uns com os outros. Tem acontecido muito na Argentina e Paraguai. Em breve, estaremos no Uruguai e África do sul”, contou Edvaldo.

A Formação dos professores é o fator fundamental para o sucesso do projeto Sala de Aula Digital.

A OGI Technologies inicia o projeto com uma avaliação prévia do estágio de conhecimento tecnológico dos professores, a fim de organizar o processo evolutivo num determinado tempo.

OGI Aula Propostas:

- Possibilitar o uso da tecnologia no ensino fundamental e universitário, formando professores através dos estágios básico, intermediário e avançado;
- Evoluir o processo de aprendizagem docente a partir das experiências vivenciadas, aplicando técnicas colaborativas da utilização das TIC para evolução da formação dos alunos, otimizando tempo e recursos;
- Auxiliar a participação de educadores na incorporação das TIC no currículo escolar, criando aulas motivadoras, despertando interesse dos alunos e obtendo resultados mensuráveis;



• Elaborar estratégias para a inovação educacional através de atividades de pesquisas, comunicação, autoria e socialização *online*;
• Evoluir a capacidade analítica do professor, aumentando a autoestima e melhorando o relacionamento com o aluno.

A Formação dos Professores da OGI Technologies inclui todos os materiais impressos e digitais, bem como os Certificados de Conclusão no idioma local.

"A OGI conta com uma equipe multidisciplinar de docentes preparada nas TIC e na transmissão do conhecimento da educação digital", diz Edvaldo.

OGI no Vaticano



Os franciscanos se interessaram pelo projeto de forma integral. O projeto na Argentina tem feito sucesso, e como o Papa é argentino e franciscano, surgiu a oportunidade de apresentar o projeto no Vaticano.

"Nós da OGI Technologies ficamos honrados com o convite do Vaticano para participarmos e integrarmos o Congresso Mundial de Educação - III Jornadas de SCHOLAS, em Roma na Itália", contou o CEO.

O projeto SCHOLAS é um Projeto Educativo Social impulsionado pelo Papa Francisco que vincula tecnologia, arte e fomenta a integração social e cultural. Dentre os 8 painéis convidados como cases mundiais, a OGI apresentou o Sistema Franciscano para a Educação Digital, case da Argentina. Foram palestrantes Edvaldo Ogeda e Faber Gutierrez, respectivamente CEO e VP da OGI Technologies.

A OGI fez parte do grupo de direcionamento tecnológico para a educação digital de SCHOLAS.

"Compartilhar conhecimentos é abrir a mente e alma a mundos que esperam serem descobertos".

"Estamos imensamente felizes por fazer parte de um momento único na tecnologia digital para educação destinada a crianças e jovens do mundo. Transformar o mundo em uma sociedade integrada e em paz!", disse Edvaldo.

Como foi conhecer de perto o Papa Francisco?

A platéia quis saber como foi estar na presença de uma das maiores lideranças do mundo, o Papa Francisco. Edvaldo fez questão de ressaltar que não é católico mas impressionou-se com a presença do Papa: "ele é um homem fora da curva, que pode fazer muito pelos jovens, muito nos orgulha fazer parte desse projeto".

Como exemplo citou o papa abençoando, virtualmente, os alunos e foi além: "já imaginou o papa enviar uma pesquisa para todas as escolas, passar uma mensagem, falar diretamente com jovens? Para centenas de milhares de pessoas? Receber num *dash bord* no Vaticano sobre tudo? Sobre o que as crianças pensam, gostam, qualquer tema. Essa tecnologia permite isso, com uma arquitetura simples, é possível criar *road maps* , redes neurais, comportamento, observando como os jovens se comportam para ajudar na aprendizagem".

E que assim seja.





ASSISTA O VÍDEO DO PROJETO:

https://www.youtube.com/watch?v=0Sb0AKyAkYs



CASO BRTOKEN/DATABLINK



Cesar Lovisaro - BRToken/datalink

Descartes apresentou Cesar Lovisaro, da BRToken/datablink, “trata-se de uma PME que logrou fechar um negócio de porte com o Bradesco e hoje trouxe um Gerente de Segurança e Inovação, o Marcelo Camara, para relatar sua visão e perspectiva de aquisição de uma solução - vital para a segurança das transações financeiras - vinda de uma empresa brasileira de pequeno porte. Lovisaro também vai nos contar sobre a criação de uma empresa Brasileira, agora no Mercado Internacional.

Cesar agradeceu o convite e relatou que a empresa foi criada em 2007 para atender a demanda do mercado nacional por soluções inovadoras em autenticação e segurança da informação. A BRToken/datablink desenvolve e fabrica soluções de segurança digital com tecnologia de ponta e possui tecnologia patenteada. “Nosso diferencial é que criamos um *token* (dispositivo utilizado para realizar com segurança transações financeiras e coibir roubos de identidade) que capta informações da tela autenticando e assinando uma transação de forma digital. Verifica e checa os dados das transações, reduzindo a quase zero a possibilidade de fraudes financeiras ou roubo de identidades. explicou”, explicou.





Marcelo Câmara - Gerente de Segurança e Inovação Bradesco.

Especializada em segurança digital, a empresa já somou mais de 4 milhões de *tokens* produzidos em um período de quatro anos. Introduziu a tecnologia de autenticação em bancos, no mercado brasileiro, e lançou também o primeiro *token* com assinatura e autenticação de transações com leitor óptico.

“Nossa empresa começou pequena, como a maioria, com apenas quatro pessoas que acreditavam que podiam fazer a diferença, para isso foi necessária muita coragem e confiança na crença que tudo daria certo. Sabíamos que o nosso produto tinha um forte apelo e diferencial, pois a criação do sensor óptico faz com que o usuário Assine e Autentique sua transação, aliado a uma senha dinâmica “, detalhou Cesar.

A empresa está em fase final de desenvolvimento para empregar a mesma tecnologia nos aparelhos celulares, utilizando a câmara do celular, o usuário poderá fazer o trabalho hoje feito pelo token, se tornando mais uma oportunidade de utilização, versatilidade e praticidade.

Especificamente no Case do Bradesco, Cesar revelou: “Foram necessários esforço, dedicação e competência, disse Lovisaro. Depois de 18 meses de testes exaustivos, o Bradesco nos surpreendeu com um pedido de 2 milhões de *tokens* e esse foi o nosso maior desafio, aceitamos e chegamos a produzir 150 mil *tokens* por semana, sem um atraso

sequer. O aprendizado foi enorme, (aliás aprendemos todos os dias), mas esse desafio foi ótimo porque aprendemos muito", disse.

Como a BR Token incorporou o serviço de logística?

"Se nós fazemos toda a produção até a finalização do produto, porque não sugerir ao Bradesco, a possibilidade de fazermos também a logística e a entrega do produto para o cliente? Para isso, desenvolvemos um *software* que faz esse controle por AR, e virou um sub-produto. Mesmo que esse não fosse o nosso negócio, e na verdade não é, agregamos um valor para nosso cliente e para nós. Essa é uma das vantagens de ser uma empresa pequena: pois temos muita flexibilidade, agilidade e rapidez", confidenciou o empresário.

Cesar fez questão de ressaltar que *token* não serve só para utilização no mercado financeiro, e sim para proteger dados confidencias de qualquer empresa. "O *token* é uma das possíveis soluções de segurança. Imagina um laboratório que possui segredos de suas fórmulas? Ou mesmo um laboratório que possui em seu banco de dados resultados de exames de seus clientes, ou mesmo a rede interna de uma empresa com suas informações confidenciais", instigou.

Um bom exemplo, é que nos EUA os *tokens* passaram a ser utilizados por grandes corporações e em empresas de pesquisa e desenvolvimento. "No Brasil nós direcionamos a tecnologia para o mercado financeiro mas nosso produto pode ser utilizado em vários segmentos. Não somos meros fabricantes de *tokens* e sim, de produtos inovadores para proteção e segurança da informação. Trabalhamos focados na Inovação e na facilidade de utilização de nossos produtos. Temos por obrigação pensar sempre 3 anos a frente nosso tempo. "O mercado brasileiro é um grande e poderoso mercado para nós, porém resolvemos internacionalizar a empresa, partindo para o mercado americano que é gigantesco, para isso contratamos um CEO e demos a BRToken uma nova cara e uma nova denominação social, vale dizer que o quadro societário não se altera, estamos profissionalizando mais a empresa e com essa ação estamos expandindo nossa presença de forma global. A datablink está localizada em Tysons Corner, estado da Virginia".

Com a mudança, a datablink inicia suas operações, aproveitando todo *know-how* e a estrutura da BRToken para crescer e se fortalecer ainda mais no Brasil e também alcançar outros países da América Latina.

Na concepção da datablink, a tradicional tecnologia de *token* está se tornando obsoleta e ultrapassada além de vulnerável para combater as atuais ameaças. "O que era impensável há dois anos já é uma realidade", disse Cesar.

A estratégia da datablink é de expansão na América Latina com suas soluções de autenticação e assinatura de transações avançadas: "Se não confiássemos, não fôssemos insistentes e teimosos, talvez ainda fossemos representantes comerciais. A mensagem é: ouse, acredite, seja otimista. Sentimos orgulho do nosso trabalho e do nosso caminho", disse Lovisaro.

CASO BRADESCO

“Segurança, inovação, aplicabilidade, facilidade de uso e uma solução amigável Foi isso que o *token*, desenvolvido pela BRToken proporcionou às transações financeiras do Bradesco”, disse Cesar e chamou Marcelo Câmara a participar da palestra.

“Tenho orgulho de dizer que participei desse projeto do Bradesco, entidade que tenho profundo respeito e admiração pessoal pelo Marcelo por seu conhecimento e experiência na área e por trabalhar com inovação e segurança dentro de um banco, o que é um grande desafio. Tivemos que ter muita coragem, determinação e a crença real que tudo daria certo e que teríamos sucesso. Não foi fácil trabalhamos duro para chegar aonde chegamos. Crescer como empresário no Brasil é muito difícil, já atendemos o Bradesco há cinco anos. Brinco que começamos no lugar certo, na cidade de Deus. Tivemos coragem, determinação e foco, sabíamos onde queríamos chegar e apostamos todas as nossas fichas nisso”, disse Cesar.

E Marcelo completou: “digo que também para nós é um prazer ter um parceiro que podemos estar próximos, desafiando e exigindo. Nosso nicho é muito difícil: inovação com segurança, e a BRToken conseguiu êxito mesmo num ambiente hostil como o mercado financeiro. Consultamos várias empresas, mas ficamos com a BRToken por ser uma empresa brasileira que possui o melhor custo benefício e uma solução muito segura e amigável para nossos clientes. O mercado financeiro está sempre pronto a inovar e proporcionar a seus clientes segurança efetiva e eficaz”, disse o bancário.

Como estimulam a mentalidade inovadora?

“A forma mais simples é o apelo à proteção. Defender que o fato de colocar segurança em seus aplicativos não quer dizer que o banco ou empresa são suscetíveis à fraudes, e sim, que estão preocupados com você. Tudo é uma questão de como se apresenta a solução. Manter nosso papel é informar que todo o nosso dinheiro, nossas informações pessoais, nossos cartões de crédito, estão em uma gigantesca nuvem de informações e dados. E se você tiver o desprazer de ter seus dados clonados e ainda assim não tiver uma segurança adequada, temo lhe informar que o seu prejuízo poderá ser muito alto, Quanto mais seguro, melhor”, defendeu Cesar.



No caso do Bradesco, Marcelo defendeu: “Foi uma questão de convencimento mostrar para a alta direção que o dinheiro investido teria um grande retorno, o da credibilidade da instituição e a preservação do patrimônio de nossos clientes e podermos, sim, manter seu dinheiro protegido. Antigamente, o melhor banco era o que tinha o cofre mais parrudo, hoje, é o que apresenta mais segurança. Num segundo momento, é o reconhecimento, não apenas financeiro e sim da boa ideia. É preciso fomentar a contribuição com ideias, a matéria prima para inovação”, finalizou.


FGV EAESP
FÓRUM DE
INOVAÇÃO
15
anos