

UNICAMP

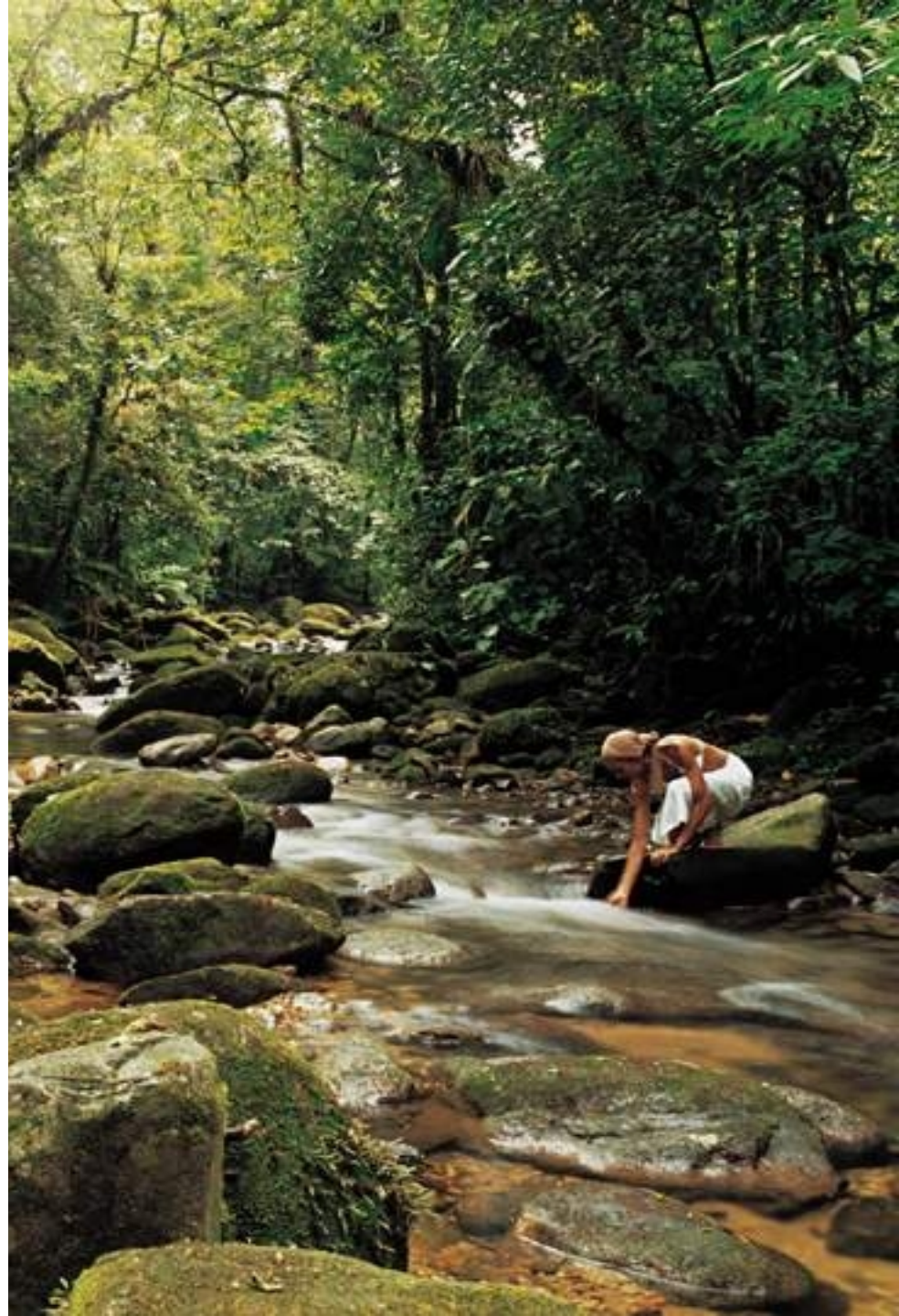
Fórum de Inovação

Natura Campus

Inovação aberta

Sonia Tuccori

Gestão de Parcerias & Inovação Tecnológica



agenda


Natura – história e estratégia de negócios

Inovação em produtos e estratégia tecnológica

Inovação aberta - Políticas e Processos de Gestão de Parcerias

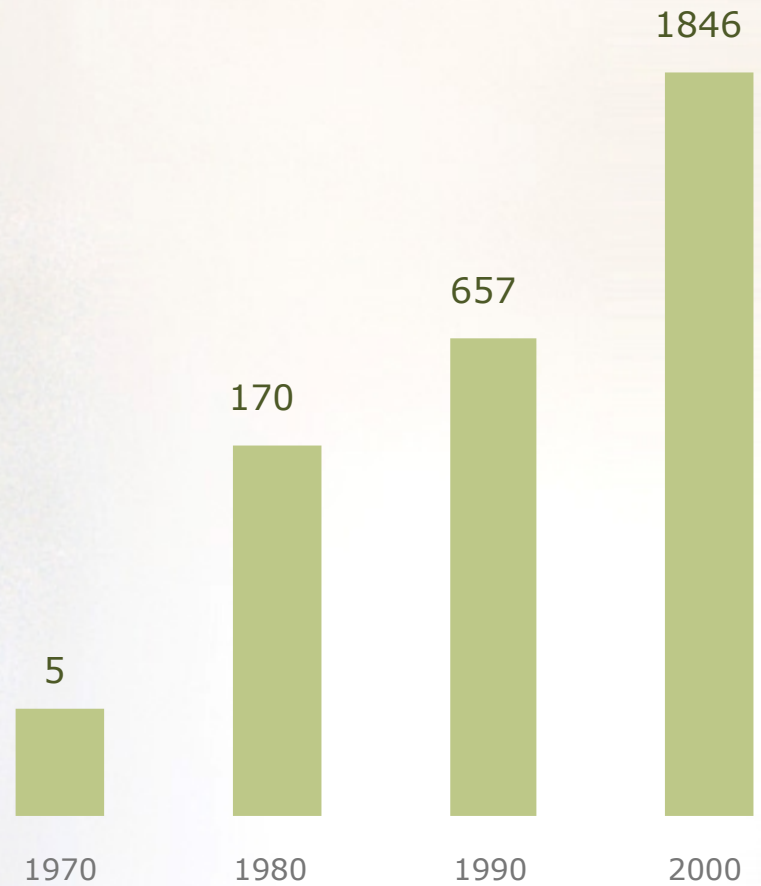


nossa evolução

70's	80's	90's	00's
<p>Nascimento da Natura: um pequeno laboratório e duas paixões</p> <p>Opção pela venda direta (1974)</p>	<p>Forte crescimento baseado na expansão regional e no portfolio de produtos</p>	<p>Compromisso com Responsabilidade Social e Ambiental</p> <p>Expansão Internacional (1999)</p> <p>Crenças, Valores e Razão de Ser</p>	<p>Desenvolvimento sustentável</p> <p>Linha Ekos (2000)</p> <p>Espaço Natura Cajamar (2001)</p> <p>Oferta Pública NATU3 (2004)</p> 



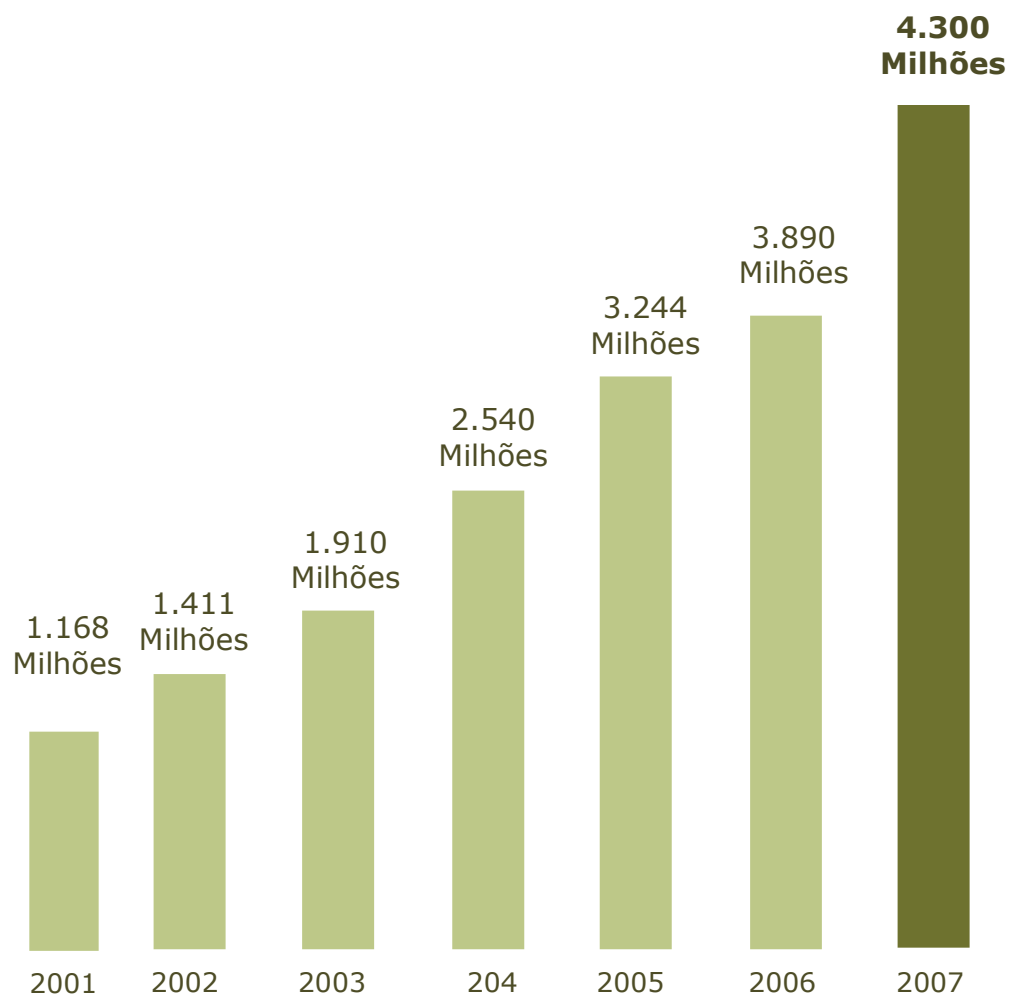
nossa evolução - volume de vendas (retail) em US\$ milhões



natura
bem estar bem

nossa história

receita bruta consolidada (R\$)



natura
bem estar bem

nossos números

produtos



- » inovação contínua
- » experiência sensorial
- » eficácia e segurança
- » baixo impacto ambiental

canal de distribuição



- » agentes de promoção do bem estar bem
- » disseminação das crenças

atuação empresarial



- » compromisso com a verdade
- » oportunidade de desenvolvimento
- » desenvolvimento sustentável



natura hoje

pilares sustentabilidade: **financeiro, social e ambiental**

- **Mercado alvo:** fragrâncias, cuidados para pele, protetor solar, cabelos, desodorantes, maquilagens, sabonetes e produtos para o público masculino
- **Vendas diretas** cobrindo mais de **90%** dos municípios brasileiros; **718 mil** consultoras na América Latina
- O maior centro de manufatura, logística e P&D na América Latina





- 1 centro de inovação tecnológica
- 2 picking distribuição
- 3 armazéns verticais
- 4 ETE
- 5 clube
- 6 núcleo de aprendizagem
- 7 alameda de serviços
- 8 fábricas



USA - 2008

França

Mexico

Venezuela

Colombia

Peru

Brasil

Chile

Argentina

Brasil (1969)

Chile (1982)

Argentina (1992)

Peru (1992)

Mexico (2005)

França (2005)

Colômbia (2006)

Venezuela (2006)

natura house

Paris
April 2005

Mexico
August 2005

Buenos Aires
2006

Campinas
2006





nossa razão de ser

criar e comercializar produtos
e serviços que promovam

O **bem-estar**
estar bem



natura
bem estar bem

Bem estar é a relação harmoniosa e agradável do indivíduo



com ele mesmo

Estar bem a relação agradável, empática e de sucesso do indivíduo



com o outro

Estar bem a relação agradável, empática e de sucesso do indivíduo

com o todo



agenda

Inovação em produtos e estratégia tecnológica



inovação

como fator essencial de

crescimento e

sustentabilidade

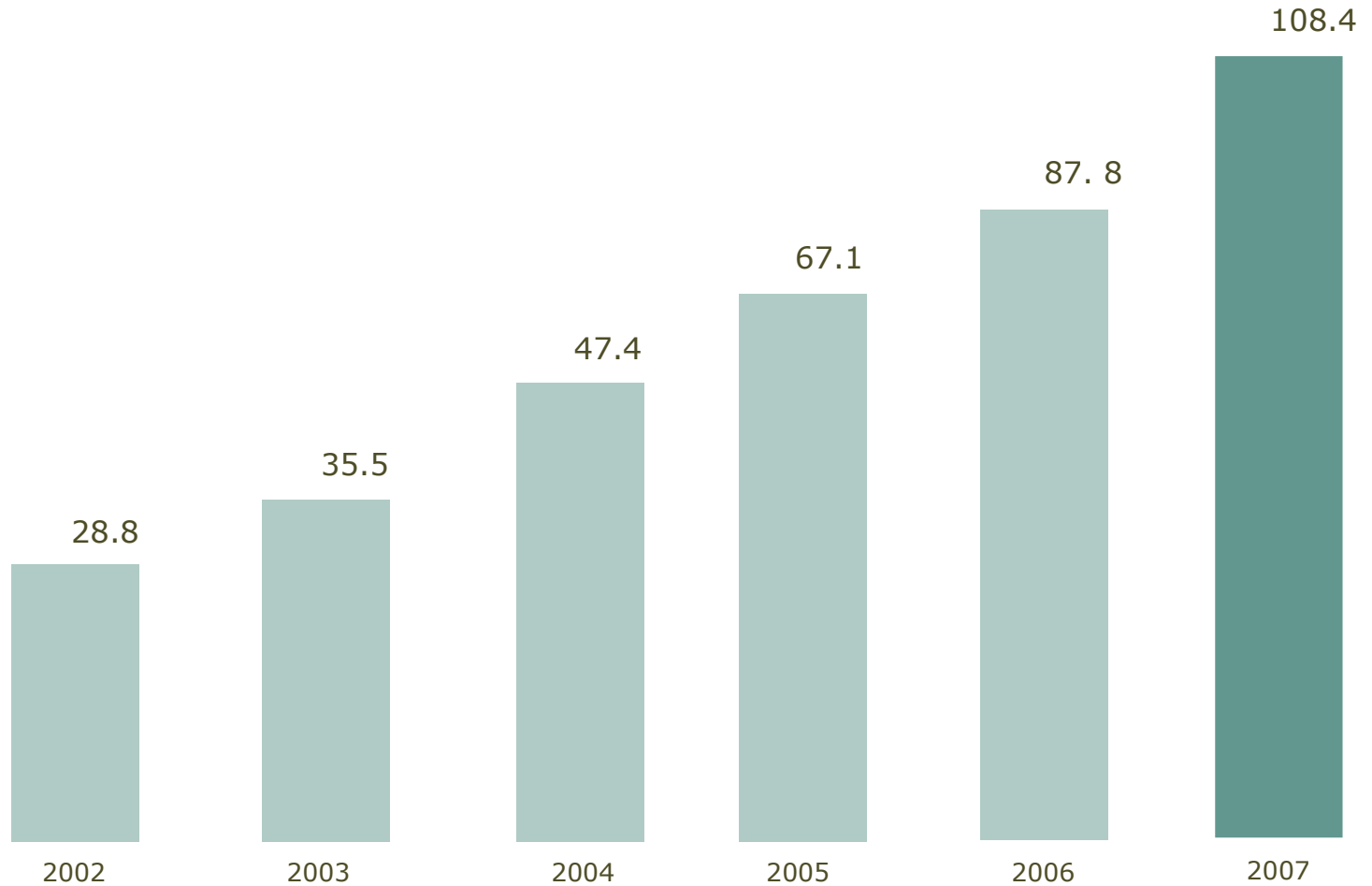
do negócio



natura
bem estar bem

investimento contínuo em inovação

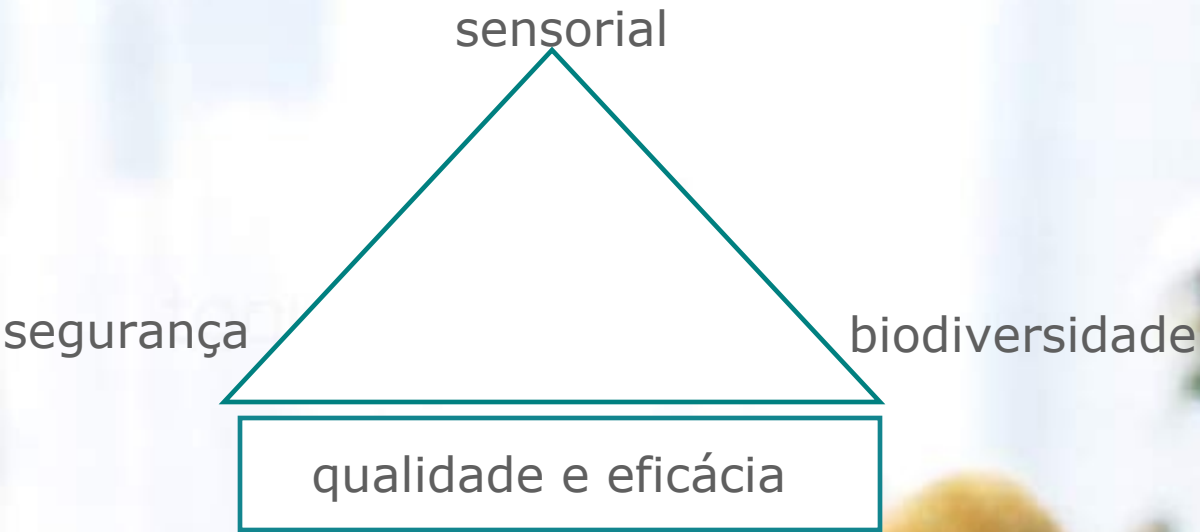
investimentos em inovação (R\$ milhões)



natura
bem estar bem

Índice inovação dez 2007: 56,77%

bemestar bem



sensorial e prazer



eficácia & segurança

➡ desenvolvimento de testes alternativos aos de animais

➡ eliminação de testes em animais para produtos e ingredientes

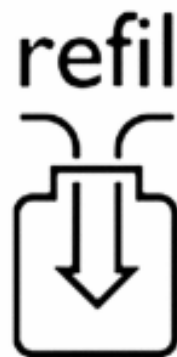


reduzir o impacto ambiental

- ➔ uso responsável dos recursos naturais
- ➔ “vegetalização” de todas as formulas
- ➔ modelos de produção vegetal orgânico e sustentável
- ➔ material de embalagem reciclável ou reciclado
- ➔ uso de refil e informações sobre os produtos

Vegetalização – uso de material renovável de origem vegetal





desde 1983



batom 71% menos impacto



natura
bem estar bem

tabela ambiental

ajuda a orientar os consumidores sobre o impacto de suas escolhas no meio ambiente, na sociedade e neles mesmos



informações ambientais/informaciones ambientales*		
produto producto	origem renovável vegetal origen renovable vegetal	87,4%
	vegetal natural vegetal natural	2,6%
	com certificação de origem con certificación de origen	0,6%
embalagem embalaje	material reciclado material reciclado	0%
	material reciclável material reciclable	100%
	número recomendado de refilagens número recomendado de recambios	0

*porcentagens calculadas em base seca

*porcentajes calculadas en base seca

obtenha informações ambientais deste produto no site:

www.natura.net/informacoesambientais

obtenga las informaciones ambientales de este producto

en el sitio web: www.natura.net/informacoesambientais

A photograph of a man with a mustache, shirtless, wearing light-colored shorts and a white watch. He has a woven basket on his back and is holding a wooden staff. He is standing in a lush green forest with large tree trunks.

ekos

Uso sustentável da
biodiversidade

**Agregar valor aos
recursos naturais a
ajudar a sua conservação**

**respeitar a
sustentabilidade das
comunidades tradicionais
e suas tradições**

suprimentos e
inovação

uso de
imagens

comunidades

repartição
de benefícios

desenvolvimento
local



comunidades fornecedoras rurais



EKOS

1

**CASTANHA
BREU BRANCO**

2

PRIPRIOCA

3

**ANDIROBA
MURU MURU**

4

CUPUAÇU

5

**GUARANÁ
BURITI**

6

MARACUJÁ

7

**PITANGA
PARIPAROA**

8

CAMOMILA

9


MATE VERDE

Brazilian ecosystems



Certificação





Óleos dos frutos
Amazonicos

Saboaria de Benevides
produção de óleos e massa de
sabonetes

Belém - Pará



ANDES



PATAGÔNIA

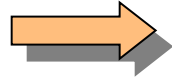


agenda

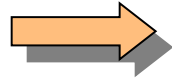
Estratégia de pesquisa e tecnologia



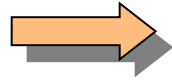
Plataformas Tecnológicas



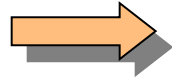
Tecnologia de Pele e de Cabelos



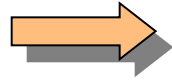
Medições de Segurança, Performance e Eficácia



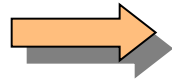
Delivery Systems



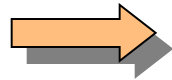
Sensoriais e Bem Estar



Agroecologia e Modelos de Impacto Ambiental



Novos Insumos Naturais



Tecnologia de Embalagens



natura
bem estar bem

inovação e P&D

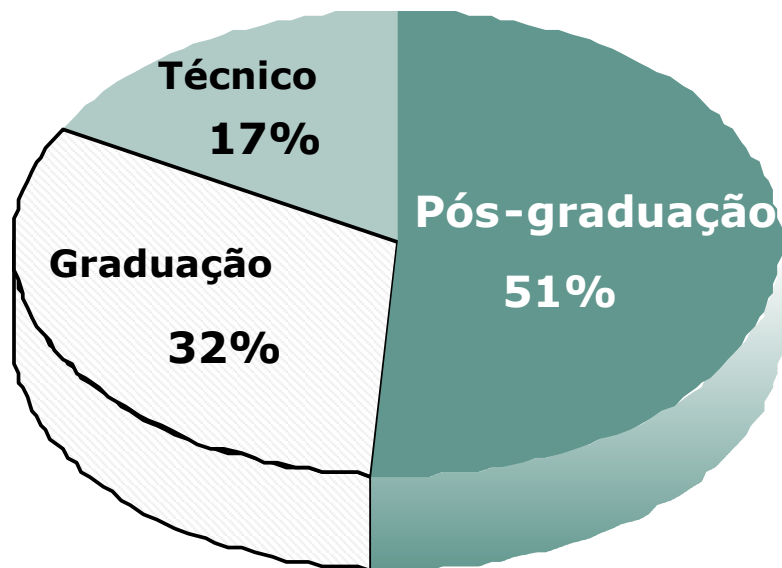


estratégia de P&D Natura

P&D interno forte

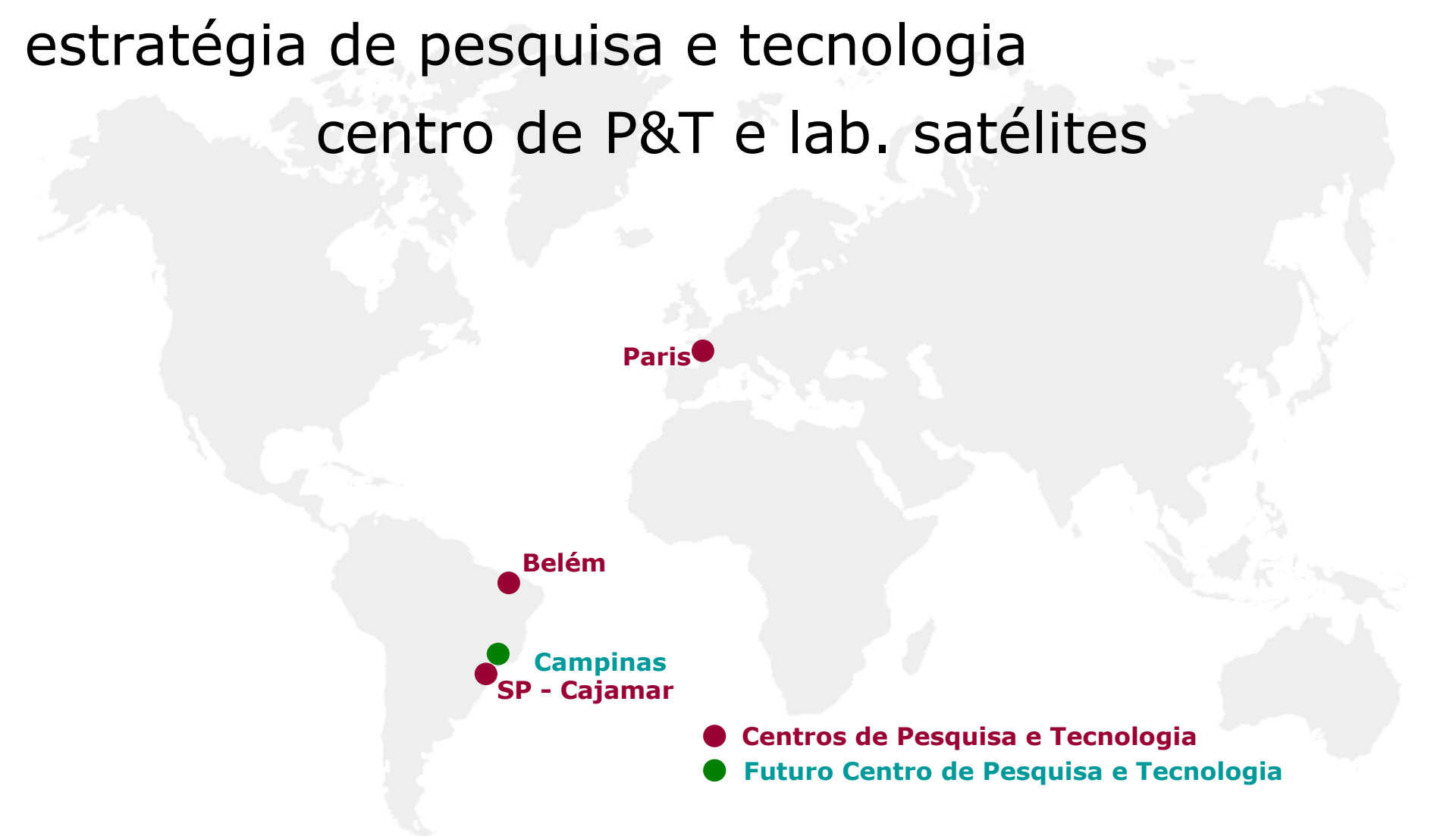
Total:

200 pesquisadores 2007



estratégia de pesquisa e tecnologia

centro de P&T e lab. satélites



Centro de Pesquisa e Tecnologia Natura

Campinas – São Paulo (2009)



250 Pesquisadores

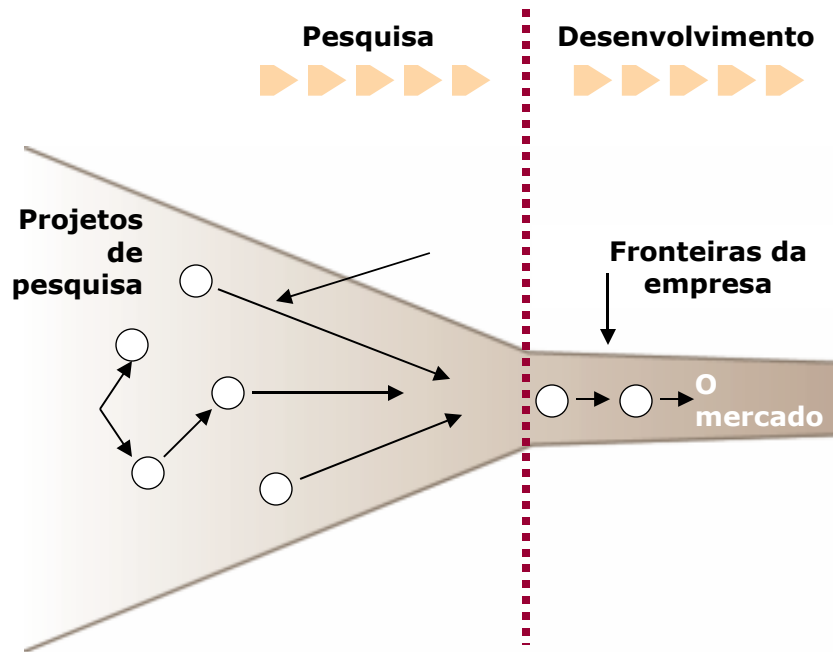
10.000 m² de área construída

300.000 m² de terreno

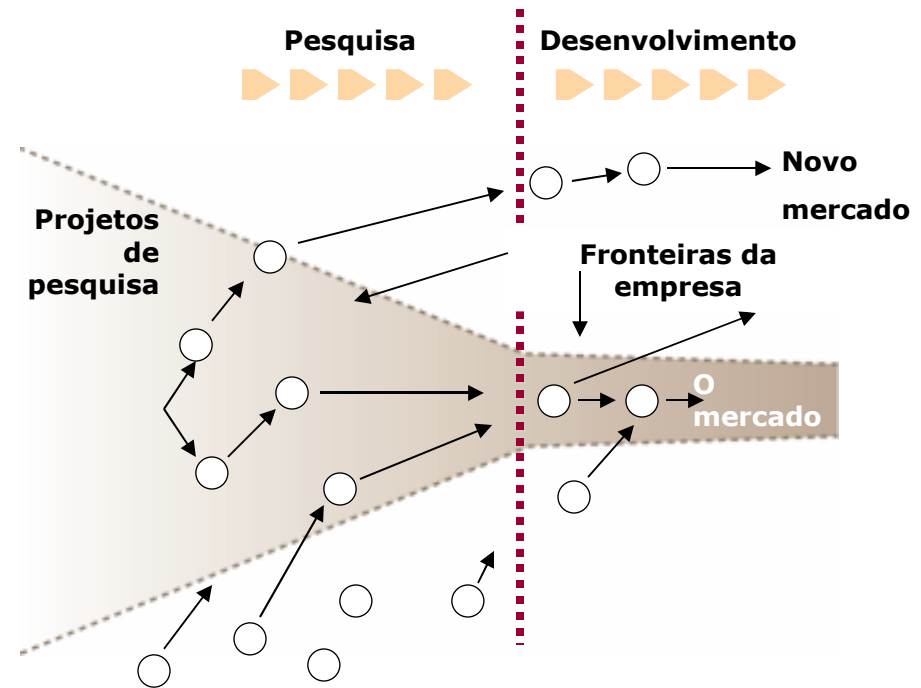
Inovação aberta - Políticas e Processos de Gestão de Parcerias



Inovação aberta



Inovação fechada: foco idéias internas



Inovação aberta: combina ideias internas e externas (ICT's, Empresas)

CHESBROUGH, H. *Open Innovation The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*, Harvard Business Scholl Press, 2003

inovação aberta

crescimento via parcerias externas – ICT's e Empresas

“desenvolvimento de produtos, processos, serviços e sistemas de negócio inovadores (tecnologicamente novos ou substancialmente aprimorados),

através da combinação de competências e oportunidades internas e externas,

permitindo o compartilhamento de riscos e recursos financeiros, infraestrutura e capacidade intelectual dos parceiros para benefícios mútuos;

permite alavancar recursos, acelerar a inovação e alcançar o máximo retorno dos investimento em P&D

pode envolver relacionamentos de licenciamento de tecnologia, pesquisa cooperativa, presença em parques tecnológicos, joint ventures... ”

inovação aberta

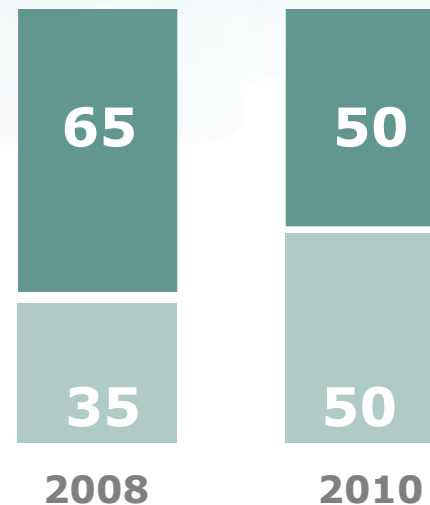
crescimento de inovação via parcerias Empresas & ICT's

Editais Finep, Fapesp

Programa Natura Campus



Gestão
de Parcerias
&
Inovação
Tecnológica



■ interna
■ externa

programa Natura Campus

inovação tecnológica com ICT's

www.natura.net/campus

The screenshot displays the Natura Campus website interface. At the top left is the Natura logo with the tagline 'bem estar bem'. A search bar is located at the top center, with 'busca:' and radio buttons for 'produtos' and 'conteúdo', followed by a text input field containing 'palavra-chave' and a '-OK-' button. On the top right, there are links for 'cadastro' and 'atendimento'. Below the search bar is a dark blue navigation bar with the text 'programa natura campus' and a link 'entre em contato / ajuda campus'. A secondary navigation bar contains links: 'sobre o programa', 'cooperação científica', 'vivência empresarial', and 'prêmio natura de inovação tecnológica', with the last three highlighted by red boxes. Below this is a light blue bar with links: 'como funciona', 'grupos de pesquisa cadastrados', 'P&D natura', 'artigos', and 'noticias'. On the left side, there is a vertical menu with links: 'produtos', 'onde encontrar', 'consultor(a)', 'natura e sociedade', 'sobre a natura', 'amor fundamental', 'mulher bonita de verdade', 'homem', and 'sustentabilidade'. Below the menu is a login section with a checkbox for 'código ou email:', a text input field, a checkbox for 'senha:', another text input field, and a '-OK-' button. At the bottom left of the login section are links for 'esqueceu sua senha?' and 'não tem senha?cadastre-se'. The main content area features a large heading 'formas de parceria' and a sub-heading 'O Programa Natura Campus de Inovação Tecnológica prevê quatro formas de participação:'. Below this is a section titled 'Cadastro de Grupos de Pesquisa' with a paragraph of text and a link 'Clique aqui e faça parte do nosso cadastro de Grupos de Pesquisa.'. Another section titled 'Cooperação Científica' follows with a paragraph of text. The background of the main content area shows a close-up of a person's face looking at test tubes in a laboratory setting.

portal Natura Campus

www.natura.net/campus

busca: produtos conteúdo -OK- [cadastro](#) [atendimento](#)

programa natura campus [entre em contato / ajuda campus](#)

[sobre o programa](#) - [cooperação científica](#) - [vivência empresarial](#) - [prêmio natura de inovação tecnológica](#)

[como funciona](#) - [grupos de pesquisa cadastrados](#) - [P&D natura](#) - [artigos](#) - [notícias](#)

Procurando por País

BRASIL 10
São Paulo 2

Cerca de 180 grupos de pesquisa cadastrados

política de Parcerias Natura

fase I - ICT's

fase II - empresas
(em construção)



política de Parcerias Natura

confidencialidade

titularidade

participação nos resultados



confidencialidade

divulgação/
publicação é da
essência da ICT

X

necessidade do sigilo
para manter o valor da
inovação

dilema



titularidade dos resultados

adotamos o principio geral da co-propriedade;
preferencialmente 50% Natura e 50% entidade;

nos casos em que houver mais de 02 partes,
faremos a divisão conforme o caso concreto;



participação nos resultados

nos casos em que a Natura tenha **exclusividade** de uso do resultado da parceria, ressarciremos às ICTs.

são utilizados critérios pré-definidos para estimar o impacto da tecnologia no negócio.



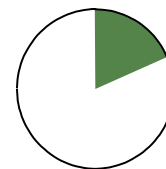
participação nos resultados



critérios

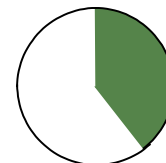
participação do resultado (%)

vegetalização



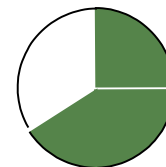
+

cadeia sustentável



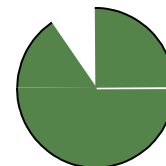
+

patenteável



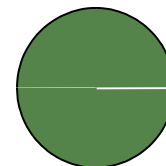
+

tecnologia radical



+

sustenta o nome/ benefício



Resultados parciais

- desde nossa nova política, já celebramos mais de 15 parcerias com ICTS e estamos em evolução...
 - Chronos Passiflora – Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)
- temos cerca de 180 grupos cadastrados no portal
- portal recebe cerca de 5000 acessos por mês



Potenciais parcerias ...



Conclusão

- processo e formalização das condições da parceria de forma antecipada para alinhar expectativas sobre benefícios e potencial de resultados
- canal de comunicação claro e aberto para negociação e ajustes de condições e linguagem, segundo a realidade das instituições
- Comunicação eficiente de necessidades e oportunidades, com um P&D interno forte para desenvolvimento conjunto e acompanhamento da evolução da pesquisa
- Parcerias bem executadas estimulam a continuidade do relacionamento entre as partes e a geração de novos projetos



em estar em

Sonia Tuccori

soniatuccori@natura.net

Gestão de Parcerias & Inovação Tecnológica