

SV PARTNERS



Butique de assessoria em inovação estratégica. Desde o ano 2000, a SV Partners dedica-se à consultoria em inovação em gestão para grandes empresas nacionais, multinacionais e federações da indústria. Em 2019, formou aliança estratégica com a **The Digital Strategy Company (TDSC)** para explorar a fronteira do conhecimento em transformação [ou adaptação] digital de negócios.

Parcerias para construir futuros





THE
DIGITAL STRATEGY
COMPANY



APRESENTAÇÃO

The Digital Strategy Company explora a fronteira do conhecimento em transformação [ou adaptação] digital de negócios de todos os tamanhos, em todos os mercados, há 8 anos, a partir da Porto Digital, do Recife para o mundo. Nosso propósito é aumentar a resiliência das organizações durante os períodos de transição digital, auxiliando o maior número delas a co-liderar seus setores depois da passagem de mercados analógicos para mercados digitais, conectados, programáveis e programados por elas.



Sergio Monteiro Cavalcanti

Co-fundador e gestor, TDSC



SÓCIOS

The Digital Strategy Company

Os sócios da The Digital Strategy Company (TDSC) participam dos principais momentos da aplicação da **estratégia** no cliente. Nas quatro classes [ou tipos] de laboratórios de experimentação e performance digital, atuam na identificação de oportunidades e prototipação de soluções, na educação do time (do cliente e da própria TDSC sobre o cliente) e na busca acelerada de aprendizados de todos os envolvidos sobre o propósito do negócio e sobre a necessidade de ganhar performance com resultados sustentáveis, bem como na transição da empresa de mercados analógicos para mercados digitais.



Silvio Meira

Cientista Chefe
Professor Emérito do CIN - UFPE
Professor Extraordinário da CESAR.SCHOOL



André Neves

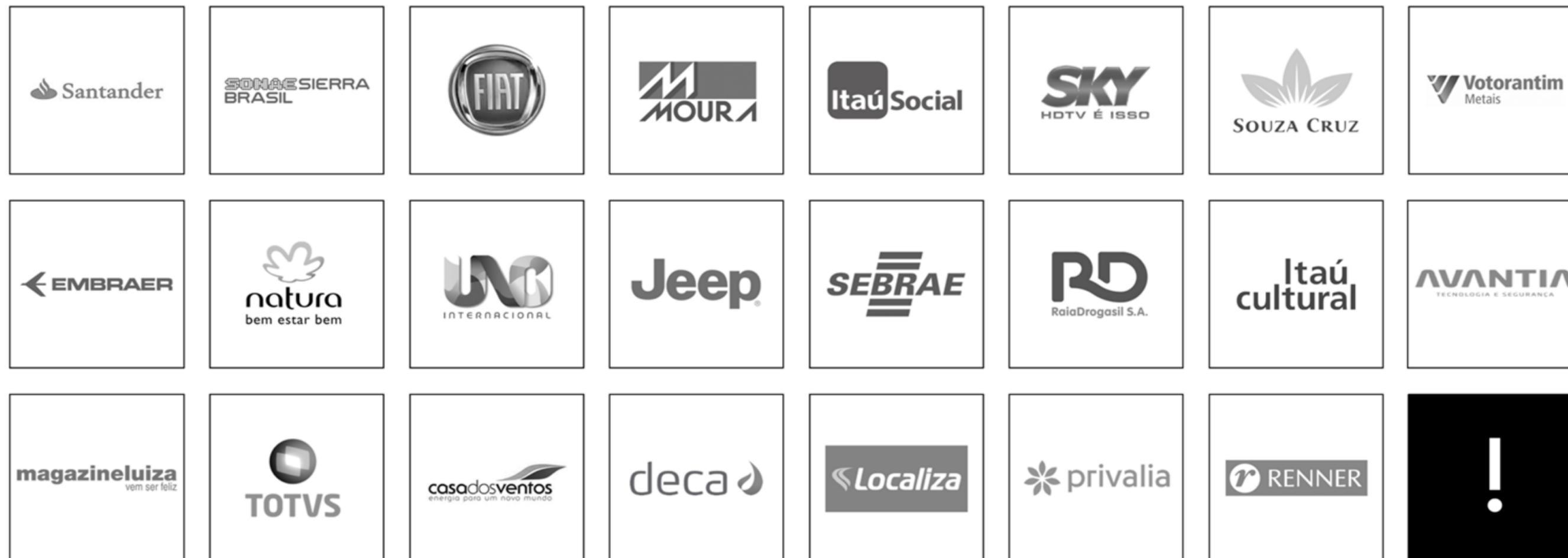
Cientista Associado
Professor Associado do dDesign - UFPE
Pesquisador PDTI nível 1 do SOFTEX



Equipe

Contamos com uma equipe de mais de 80 colaboradores em nossas 3 bases.

Nosso negócio é ampliar a capacidade de organizações em compreender e adaptar-se a tendências tecnológicas baseadas em bits e explorar corretamente suas influências no comportamento das pessoas para assumir o protagonismo digital em seus setores de atuação.



Clientes

Com mais de oito anos de experiência em transformação digital, atuamos nos mais diferentes setores da economia.



Framework

O framework **strateegia** é uma abstração que une métodos [de trabalho], modelos [de negócios], sistemas [de tecnologia] e indicadores [de performance] para uma finalidade específica, a transformação digital.

O framework **strateegia** foi desenhado para dar mais explicitude ao processo de transformação digital integrando a ação prática de aplicar ao aprendizado teórico de compreender os métodos [de trabalho], modelos [de negócios], sistemas [de tecnologia] e indicadores [de performance] do cenário digital.

O framework **strateegia** organiza o caminho, orienta as pessoas e auxilia organizações em processos de transformação digital ao estruturar métodos [de trabalho], modelos [de negócios], sistemas [de tecnologia] e indicadores [de performance] em caixas de ferramentas desenhadas especificamente para esse fim.



O framework **strateegia** funciona como uma caixa de ferramentas, onde os **métodos** [de trabalho], **modelos** [de negócios], **sistemas** [de tecnologia] e **indicadores** [de performance] são as unidades das caixas que são selecionadas e utilizadas nos projetos na medida em que são demandadas para o processo de transformação digital.

Parceria Estratégica



CEO FGV - Módulo
Estratégia, Mudança
e Inovação

iDATA CITY |

Inovação com dados para cidades sustentáveis



C40
CITIES



Moisés
Simantob
Agosto de 2017

Rápida Evolução do Network Internacional



80+
Projetos de Inovação

300+
Startups
aceleradas
no mundo

350+
Mentores &
experts no mundo

100+
Colaboradores
no mundo

2000
Creation of Silicon Sentier
1ST entrepreneurs
association

2011
Creation of Le Camping
1ST startup accelerator
in France

2013
Creation of NUMA
1ST open innovation
program

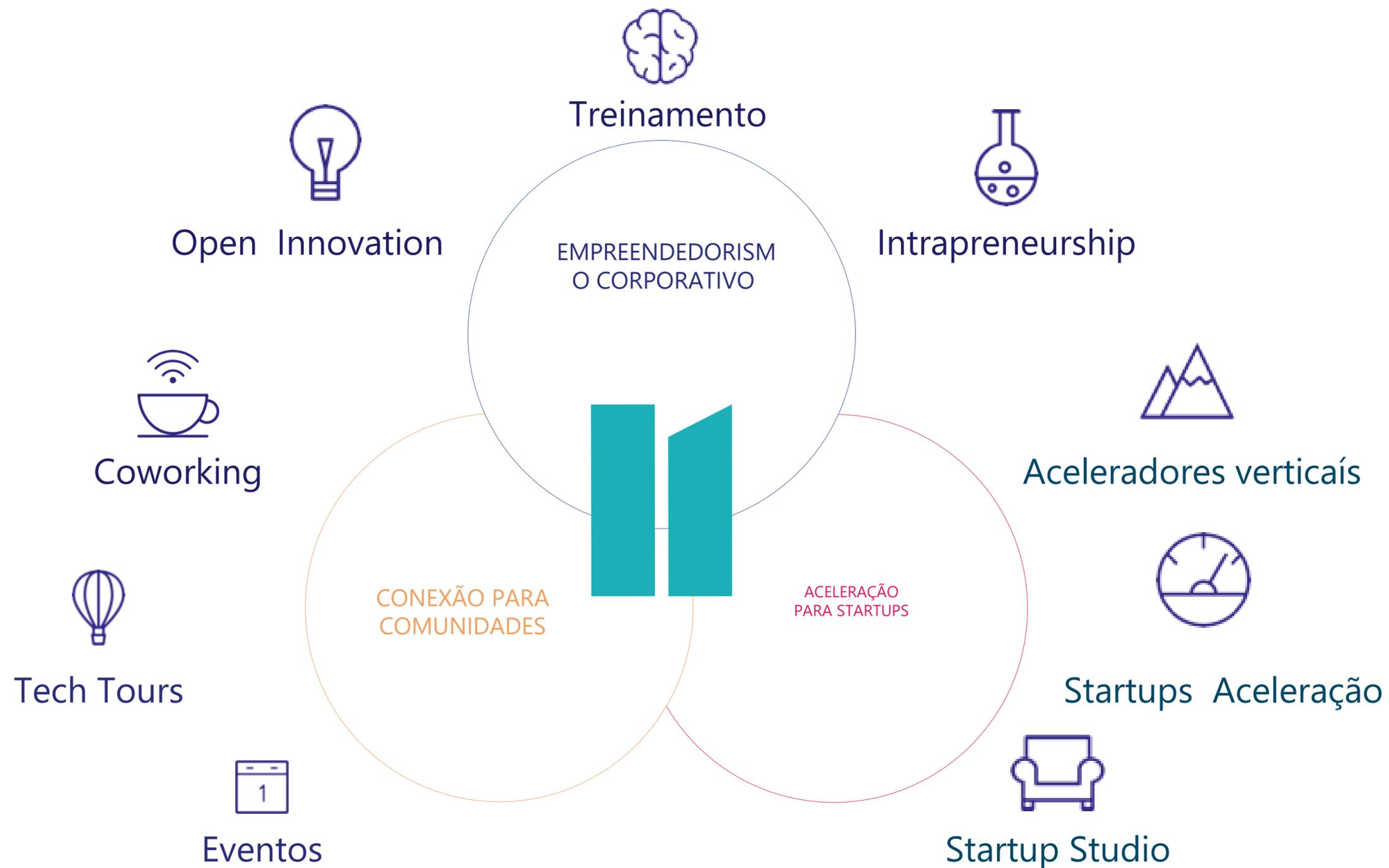
2015
Creation of
NUMA SAS
with crowdequity

2015
NUMA opens in
Bangalore, Moscow

2016
NUMA opens in
Casablanca, Mexico,
Barcelona

2017/18
NUMA opens in NYC,
Berlin, São Paulo

DNA NUMA : Rápido, Escalável, Inovação Colaborativa





iPlanejamento da Cidade e Logística

Como modelar o impacto da logística para facilitar o tráfego nas cidades?

SOLUÇÃO

- Objetivo: Fornecer uma solução para modelar o impacto das decisões de planejamento / desenvolvimento urbano em termos de congestionamento de tráfego, custo de entrega de pacotes, etc.
- Como: Adaptar um modelo desenvolvido em parceria com um laboratório francês
- Dados Utilizados:
 - Rotas de entrega Van
 - Informações de geolocalização, incluindo documentos e volumes de encomendas por endereço, categorias de entrega (documentos, encomendas, etc.), categorias de clientes, etc.

MARCOS DA EXPERIMENTAÇÃO

Primeiros conjuntos de dados recebidos
Caso de uso e produto finalizado validado
Converte as modificações no distrito I e II no formato certo (ou seja, OSM)
Calibrar os algoritmos
Validar os resultados do modelo

COMO A SOLUÇÃO CRIARÁ VALOR PARA TODOS

Partners



Groupe La Poste: Oportunidade de facultar restrições e, assim, justificar as melhorias necessárias para reduzir os prazos de entrega

Setec: Oportunidade de completar sua gama de serviços para cidades

Start-Up



Colisweb: Desenvolver um novo produto que a La Poste possa endossar e enfatizar seu algoritmo atual com os dados obtidos durante o programa

City of Paris



Oportunidade de reduzir o tráfego e aliviar o congestionamento resultante da logística

Equipe

≡ *SV Partners – Moysés Simantob*



Simantob é conhecido por assessorar empresas de porte global a conduzir a reflexão sobre o futuro e o debate sobre o cenário competitivo de mudanças contínuas por seu escritório SV Partners, boutique de assessoria estratégica em inovação. Desde 2000 o escritório dedica-se à prestação de serviços de consultoria em inovação, em particular inovação em gestão, para grandes empresas nacionais, multinacionais e federações da indústria que figuram hoje em seu portfólio de clientes e que buscam inovar e criar novas riquezas.

Membro do Conselho Curador da FIPT – Fundação de Apoio ao Instituto de Pesquisas Tecnológicas, na gestão que se inicia em 2020.

É professor e coordenador acadêmico do programa CEO FGV, Módulo Estratégia, Mudança e Inovação. Desde a publicação de seu primeiro livro, “Guia Valor Econômico de Inovação nas Empresas”, publicado pela editora Globo (2003), tem sido reconhecido por seu trabalho em Inovação Estratégica.

Coautor e coorganizador de três livros sobre a temática Organizações Inovadoras publicados pelas editoras da FGV (2003), Atlas (2007) e Saraiva (2009). Criou e ministrou disciplinas sobre Inovação, Empreendedorismo e Sustentabilidade para os cursos de graduação e pós-graduação na FGV EAESP, no período em que foi professor do Departamento de Produção e Operações Industriais (2002-2010).

Cocriador da metodologia de avaliação de Organização Inovadora e membro do júri de avaliação do prêmio “As Empresas Mais Inovadoras do Brasil” para a revista Época Negócios, em suas duas primeiras edições.

≡ SV Partners – Moysés Simantob



Contribui como professor convidado para o Departamento de Política Científica e Tecnológica da UNICAMP no curso de especialização em Gestão Estratégica da Inovação Tecnológica; para a Unisinos no pós-MBA em Gestão da Inovação; para a FIA - Fundação Instituto de Administração no MBA em Gestão da Tecnologia da Informação; e para o IED Brasil | Istituto Europeo di Design, no curso Master em Branding e Gestão de Marcas, da disciplina Inovação e Empreendedorismo.

Em 2015 figurou entre os 50 profissionais de design, inovação, criatividade e empreendedorismo da edição comemorativa da revista abcDesign.

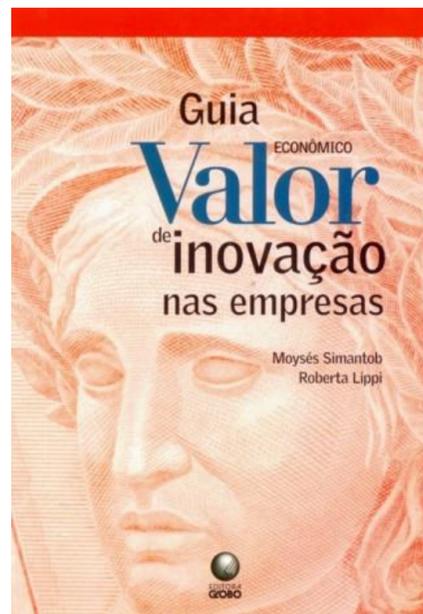
Foi cofundador do Fórum de Inovação da FGV EAESP e da Valuenet, precursora de incubação e aceleração de negócios para a internet, ambos no final da década de 1990.

Mentor, professor e inspirador das iniciativas Ahoy Berlin, Endeavor Brasil e do Startup Weekend São Paulo, organizações líderes no apoio a empreendedores de alto impacto ao redor do mundo.

Representou para a cidade de São Paulo a Numa Paris e a plataforma Global Datacity, um programa global de inovação aberta para criar cidades mais inteligentes.

Atualmente empreende com Silvio Meira a The Digital Strategy Company , que explora a fronteira do conhecimento em transformação [ou adaptação] digital de negócios a partir da Porto Digital.

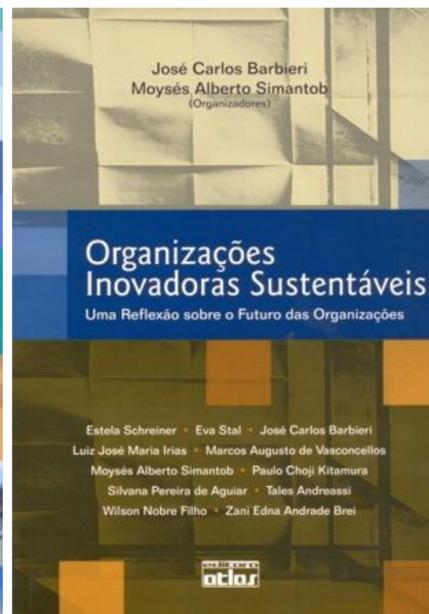
Publicações



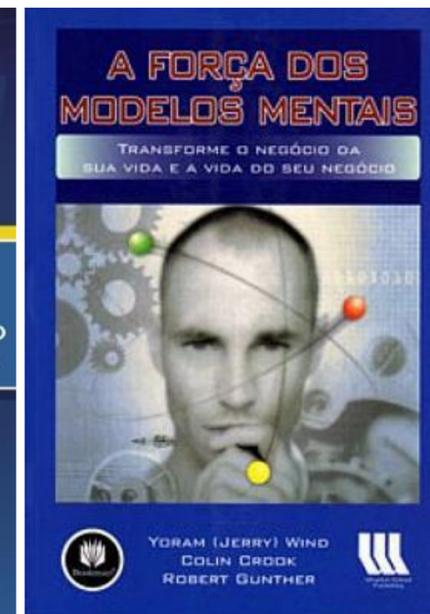
2003



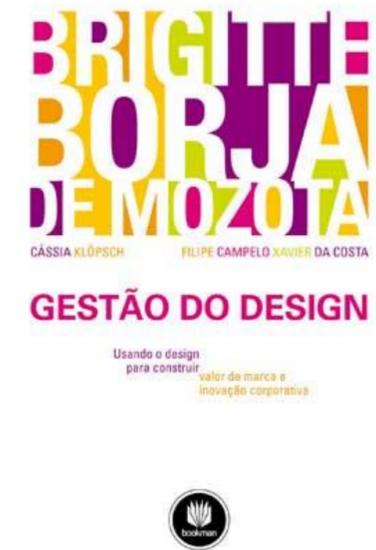
2007



2008



2011



≡ Primeiro ranking das Empresas Mais Inovadoras no Brasil



≡ **SV Partners – Ronaldo Borgneth**



Ampla experiência no gerenciamento de equipes, reestruturação de áreas e gerenciamento de projetos com mais de 20.000 horas acumuladas na implantação de Projetos e estruturação de Escritório de Projetos, baseados e metodologias ágeis.

Na SV Partners há oito anos, têm atuado em planejamento estratégico e roadmaps de melhorias sistêmicas e processos operacionais, definições de cronogramas, análises de viabilidade, negociações de prazos de escopo junto as áreas de negócios e de execução.

Foco no cumprimento de prazos, custos, comunicação e qualidade. Forte atuação na construção de parcerias internas e externas, e na interface entre as áreas de Negócios.

Mais de 20 anos de experiência profissional especializada na criação, implantação e controle de projetos e processos em diferentes empresas como Telefonica | Vivo, YPF Brasil e Argentina, IPT Instituto de Pesquisas Tecnológicas, Essencis Soluções Ambientais, Cassems entre outras.

Foi responsável pela Coordenação de programas de desenvolvimento junto à linha de frente da Telefonica | Vivo (lojas físicas e call centers), sob responsabilidade da área de RH. Membro do Comitê de Mídias Sociais da Telefonica | Vivo, responsável pela implementação das ferramentas de Linked in, Facebook e Twitter voltadas para o R&S de colaboradores.

Experiência profissional em diversos seguimentos e culturas empresariais com MBA em Gestão Estratégica e Negócios pela FGV.

≡ SV Partners – Ana Astiz



Jornalista com especialização em publishing no Stanford Professional Publishing Course. Trabalhou na Folha de S.Paulo nas editorias de Economia, Turismo e Empregos, além de ter sido correspondente em Madri. No Grupo Folha participou da criação e posteriormente dirigiu a Publifolha, que à época produzia fascículos para os jornais da empresa e lançou um catálogo inovador de livros, DVDs e CD-ROMs para distribuição em livrarias.

Na Duetto Editorial, como diretora adjunta, teve contato com o mundo dos licenciamentos internacionais de revistas de de renome mundial, como Scientific American, Mind, Historia e Estetica. publicadas em diversos países. A seguir, na Editora Moderna, do Grupo Santillana (Espanha), atuou na unidade de negócios que licenciava o catálogo de colecionáveis do jornal El País. Lançou no Brasil séries de grande porte como Coleção Folha Clássicos do Cinema (20 volumes), Enciclopédia do Estudante (20 volumes) e Grande Discoteca da Música Brasileira (25 volumes), por meio de licenciamento para jornais.

Atendeu clientes como Folha, Publifolha e Editora Moderna. Para esta já coordenou mais de 40 publicações institucionais sobre políticas públicas e gestão na área de Educação, tendo como interlocutores representantes da Fundação Santillana, Fundação Roberto Marinho, Instituto Ayrton Senna, Instituto Unibanco, Instituto Península, Todos Pela Educação e OCDE, entre outras organizações. Em 2014-2015, explorou o mundo dos aplicativos de conteúdo para celular, atendendo um novo cliente, Gold 360, que chegou a ter 60 produtos nas quatro operadoras de telefonia móvel.

Atua pela SV Partners como gestora de conteúdos e comunicação interna corporativa.

≡ SV Partners – Marcello Romani Dias



Marcello Romani-Dias foi Visiting Doctoral Candidate no Massachusetts Institute of Technology (MITUSA) no ano de 2018, ano em que também foi convidado para a realização de Pós-Doutorado na McCallum Graduate School of Business, da Bentley University (USA), concluído no ano de 2020. É Doutor em Administração de Empresas pela Fundação Getulio Vargas – FGV - EAESP, na linha de pesquisa em Estratégia Empresarial, em que foi aprovado em primeiro lugar após amplo processo seletivo; É Mestre em Administração com ênfase em Gestão da Inovação, pelo Centro Universitário da FEI, na linha de pesquisa em Sustentabilidade; É Pós-graduado (Especialização) em Governança nos Negócios com ênfase em Direito, Economia e Gestão, pela Fundação Instituto de Administração (FIA); É Graduado (Bacharel) em Administração com ênfase em Marketing e especialização em Customer Relationship Management (CRM), pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). Atualmente cursa Licenciatura em Filosofia na Universidade Presbiteriana Mackenzie. É Pesquisador nas áreas de Estratégia Empresarial, Marketing e Sustentabilidade, com mais de 50 artigos publicados em congressos e periódicos acadêmicos, bem como linhas de iniciação científica nestas áreas; É Professor Titular do Programa de Mestrado e Doutorado em Administração da Universidade Positivo (UP/PR) e orientador de Teses de Doutorado na Universidad Internacional Iberoamericana (UNINI); É Professor de Graduação e Pós-graduação Lato Sensu em Administração e Engenharia de Produção, com experiência nas seguintes instituições de ensino: Fundação Instituto de Administração (FIA), FGV Management (FGV), Escola Superior de Engenharia e Gestão (ESEG), Universidade Ibirapuera (UNIB) e Universidade de Mogi das Cruzes (UMC); Tem experiência como sócio administrador de empresas de diferentes ramos, tais como: imobiliário, de representações comerciais e de pesquisa e assessoria empresarial.



Expertise
&
Diferenciais

Trust Advisory

Senior Advisor em Inovação Estratégica para presidentes e CEOs;

Mentoring para executivos em posição de liderança.

Assessment de Conselhos

Inovação no Modelo de Negócio

- **Avaliação de organização Inovadora** - metodologia e questionários utilizados no 01 ranking de inovação brasileiro divulgados pela revista Época Negócio
- **Inovação estratégica** - inovação inserida na rotina do planejamento estratégico corporativo pela metodologia i-hub
- **Cultura de inovação** - diagnóstico de aspectos favoráveis e desfavoráveis na formação de equipes auto geridas
- **Gestão da inovação** - processo sistemático com apoio das metodologias Stage Gates e Hoshin kane
- **Inovação Aberta**: Acesso a crowdfunding e orientação para projetos crowdsourcing
- **Programas de Ideias**: baseado na metodologia Deep Dive
- **Workshops, cursos e palestras** - construção da inovação como competência gerencial e organizacional
- **Biblioteca de Inovação** - elaboração e catalogação de conteúdos acadêmicos e cases de empresas.
- **Inovação Social** - conexão do vetor econômico, ambiental e comercial (Triple botton line) e tecnologia social
- **Inovação na área comercial e canal de vendas**
- **Innovation leaders**: ajuda a identificar profissionais com diferentes skills e comportamentos para que estejam aptos a enraizar inovação no core business da organização



Expertise

Inovação & Design Thinking

Inovação ligada à visão de futuro

Inovação viabilizada pelo planejamento estratégico

Inovação: competência da liderança

Inovação na gestão

**Transformamos empresas em
que o modelo de gestão não
responde mais aos desafios
da economia digital.**



Inovação & Design Thinking

Inovação ligada à visão de futuro

Inovação viabilizada pelo planejamento estratégico

Inovação: competência da liderança

Inovação na gestão

Ajudamos as empresas a acelerar seus processos corporativos e a lançar produtos, serviços e soluções com mais rapidez que seus concorrentes.

A maneira como trabalhamos

Etapa no aprendizado do cliente, com transferência de know-how.

Habilidade para gerenciar intervenções de conteúdo e aprendizado, trabalhando com todos os níveis organizacionais.



***Trabalho
com equipes
seniores***



Potencial Liderança

What is Embraco's competence strength, in relation to other internal competencies and in relation to competitors? (Please rate from 1-9)

1 = implies a very low strength of EMBRACO in a competence
9 = implies a very high strength of EMBRACO in a competence

For the evaluation relative to competitors:
<5 worse than Competition
=5 equal with Competition
>5 better than Competition

How does each competence impact each criterion - from a customer perspective? (Please rate from 1-9)

Competence	Definition	Cost	Overall Performance	Overall Quality	Customer Support	Speed to meet customer requests	Distinguished Products & Services	In relation to other INTERNAL Competencies (Not necessary only those listed here)		
								Core Biz	New Biz	In relation to COMPETITORS Competencies
Competence ABC	Definition ABC	9	6	2	2	4	1	8	4	7
Mass Production	Mass Production of components and compressors with competitive cost basis (process is assumed to run at normal									
Ability to maintain processes	Ability to maintain processes under control and achieve a high quality level (PPM)									
Production Management	Production Management (production cells, production planning tools, inventory level)									
Stamping, Machining, Welding, Foundry (Process)	Knowledge on processes - Stamping, Machining, Welding, Foundry									
Assembly (Process)	Knowledge on processes - Assembly									
Manufacturing System (Process)	Knowledge on processes - Manufacturing System									
Electronics (Product and Manufacturing)	Knowledge on products - Electronics (electrical motor drive and control)									
Electrical Motor (Product and Manufacturing)	Knowledge on products - Electrical Motor (Product and Manufacturing)									
Thermo Science (Product)	Knowledge on products - Thermo Science (fluid mechanics, heat transfer, thermodynamics)									
Mechanisms and Structural (Product)	Knowledge on products - Mechanisms and Structural									
Acoustics and Vibration	Knowledge on products - Acoustics and Vibration									

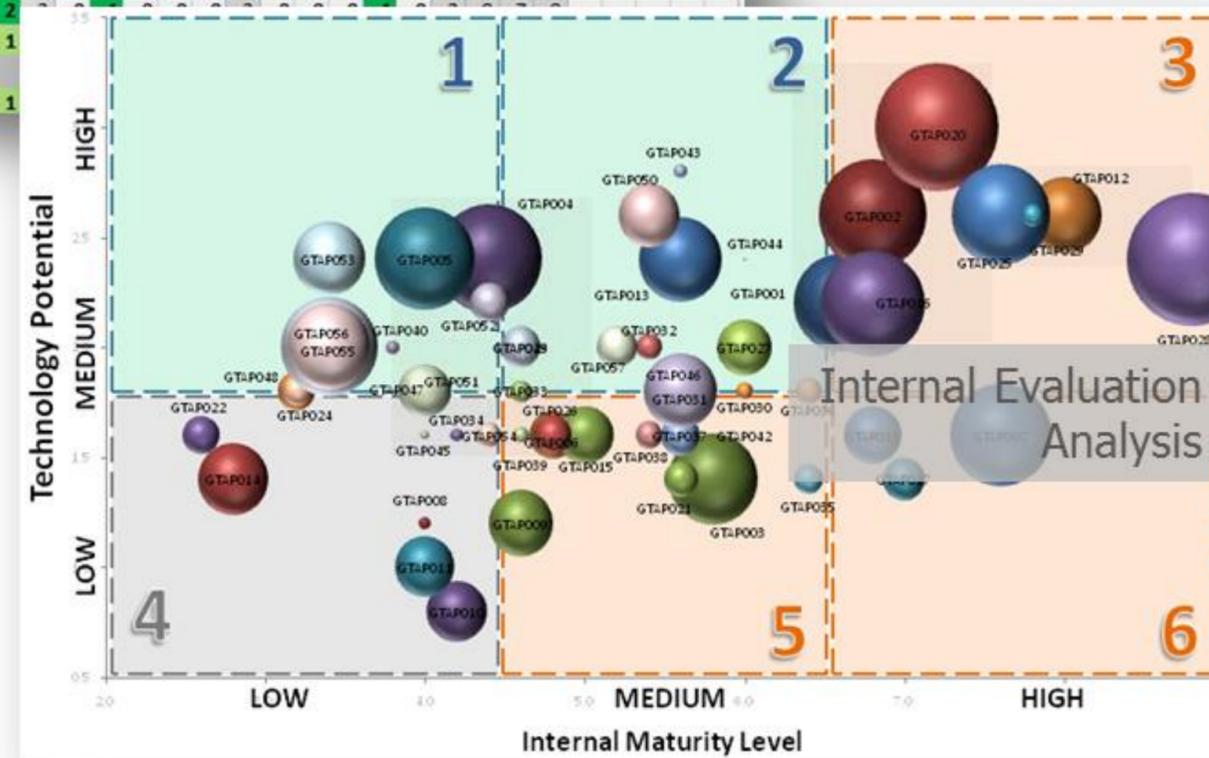
Values from 1-9

≡≡≡ Potencial Inovação

Internal Technology Evaluation

Avaliador: Flavio Kalluf Data: 24/05/2011

	Contínuo		Simples	Booleano	Avaliação por Outros Grupos
	Específico	Geral			
0 Tecnologia xyz	V	V	V	V	V
1 Reduzir corrente de magnetização	V	V	V	V	V
2 Reduzir entreferro	V	V	V	V	V
3 Abertura de ranhura menor	V	V	V	V	V
4 Reduzir o pescoço da cabeça de bobina	V	V	V	V	V



≡≡≡ Potencial Gestão de Mudança

Exemplo de Portfólio de Projetos A3

A3 - IPEL | GARE I | MEG Criação: 15/10/2013 Data Rev.: 15/10/2013

1. ORIENTAÇÃO ESTRATÉGICA
Missão: Fomoeer Vantagem Competitiva para a Essencis Reg SP por meio de uma visão integrada de gestão de processos e resultados utilizando o modelo MEG
Lider: Javier Rojas
Equipe Núcleo: Fabiana Souza Bonfim (GSMA), Pedro Muniz (Operações), Simone Guimarães Oliveira (Controladoria), Esther Ferreira da Rocha Mashki (DHO), Natasha Nogueira Bergamo (Comercial)
Equipe Estendida: Ana Rita (Marketing) Aline Silva (Comercial) Patricia Comacchione (GSMA) Luciano Oliveira (Corporativo)

2. METAS E OBJETIVOS
OBJETIVO: Atngir a faixa OURO do PPOG até Dezembro de 2014 nas 4 unidades da Reg SP e Ganhar o Troféu Governador do Estado em Dezembro de 2015
META: Desdobrar os 3 pilares do PEC MEG nos próximos 24 meses com todos os Gestores da Reg. SP

3. AVALIAÇÃO DO ESTADO ATUAL

4. ESTADO FUTURO

5. PLANO DE AÇÃO

6. AÇÕES DE FOLLOW UP / INDICADORES

7. INTEGRAÇÃO INTERNA / EXTERNA

Estrutura Analítica de Projeto

MEG Resultados Esperados: Entrega de valor para o cliente e melhor utilização de recursos; Melhorar a capacidade de resposta e eficiência de processos; Organização baseada em resultados estratégicos; Recrutamento para serviços competentes e inovadores.

Evolution do Faturamento - INDÚSTRIA

MARGEM EBITDA - INDÚSTRIA

Item	Nome	Data	Início	Fim	Nome do Responsável	01/06/13	01/09/13	01/12/13	01/03/14	01/06/14
1	IMPLEMENTAÇÃO PIS	2013/11/14	14/11/13	08/01/14	L. L.					
2	MISSAS	01/01/13	31/12/13	31/12/13						
3	Distribuição de Tomamento	20/01/13	20/01/13	08/01/14	Esther					
4	Operação CIG	20/01/13	20/01/13	08/01/14	Esther					
5	Plan de Ação Pólio MEG	20/01/13	20/01/13	08/01/14	Esther					
6	PROCESSOS	01/01/13	31/12/13	31/12/13						
7	Levantamento de empresa Benchmark	01/01/13	31/12/13	02/01/14	Javier					
8	Visão e Detecção de Falhas de Melhores Práticas	01/01/13	31/12/13	08/01/14	Fabiana					
9	Planejamento de fatores	01/01/13	31/12/13	02/01/14	Fabiana					
10	Planejamento de fatores	01/01/13	31/12/13	02/01/14	Fabiana					
11	Novos e Revisão de Realidade	01/01/13	31/12/13	02/01/14	Fabiana					
12	RELAÇÕES	01/01/13	31/12/13	31/12/13						
13	Validação Trimestral de Indicadores	01/01/13	31/12/13	02/01/14	Genere					
14	Acompanhamento com Cards e Leds	01/01/13	31/12/13	02/01/14	Natasha					

KPIs

KPIs	KPIs	KPIs	KPIs
Resultados de MC do critério 8 do PPOG - Trimestral	Pontuação planilha MEG Plan - Trimestral	Resultados de projetos de Benchmarking - Trimestral	Numero de áreas com BPM - ARIS - Mensal
Numero de Pessoas Capacitadas - Trimestral	Numero de Kateros decorrentes do MEG - Mensal	Resultados da GRU/ECO - Mensal	Indicador de MC do SGI - Anual

7. INTEGRAÇÃO INTERNA / EXTERNA

INTERNA REGIONAL: Processos, BPM, Operações

EXTERNA: Pessoas, Competen, Fornecedores, Clientes, Parceiros

Exemplo de Gestão a Vista com A3





Nosso foco

1. Ajudar empresas a criar seu futuro.
2. Perseguir o crescimento e a criação de riqueza por meio da inovação estratégica.
3. Incorporar capacidades em clientes.





Processo de Mudança da Organização





Resultados em clientes

Criação de riqueza em empresas e indústrias que fomentam inovações radicais e oportunidades de crescimento.

Chegar a um conjunto diferenciado de respostas estratégicas, ao visualizar inovações e oportunidades futuras, por um conjunto de métodos teórico-práticos.

Incorporar a capacidade de inovar da alta gerência à linha de frente operacional.



≡ Principais Clientes



Stolthaven Terminals





Abordagem diferenciada

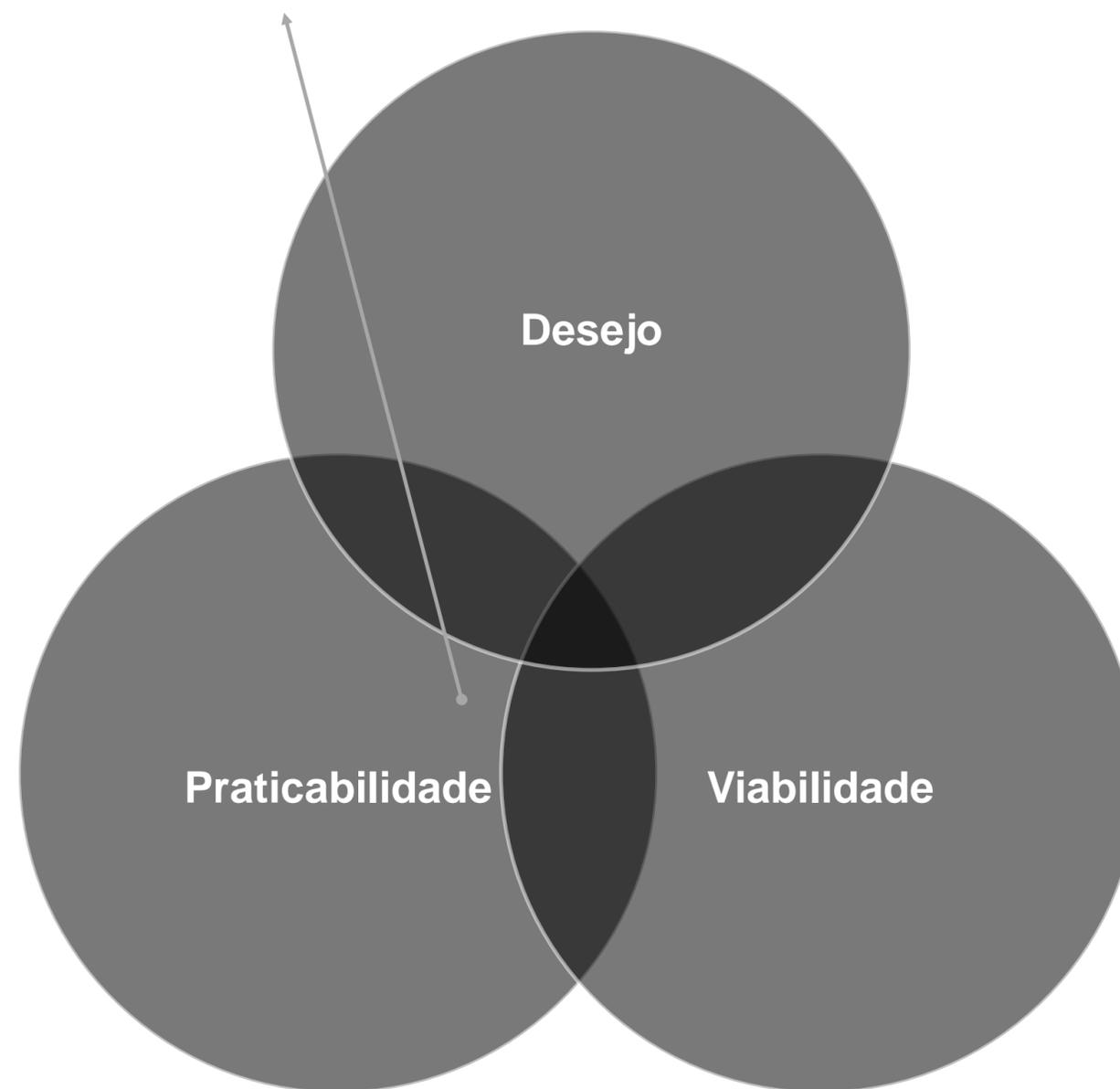
Metodologia centrada no usuário: novas soluções para produtos e serviços

Em nosso trabalho, observamos a perspectiva do cliente com profundidade (*deep dive approach*). As soluções que nascem do design centrado no ser humano (*human centered design*) devem estar contidas na zona de intersecção de três lentes: a do **desejo**, a da **praticabilidade** e a da **viabilidade**.

Procuramos ouvir e entender o que as pessoas querem, com pesquisas e estudos dentro e fora da empresa, para compor a **lente do desejo**. Em workshops com o público interno do cliente, buscamos enxergar o mundo por meio dessa lente, ao longo das várias etapas do processo de design do **modelo de otimização**.

Uma vez identificados os desejos dos usuários, começamos a examinar novas soluções através das lentes da **praticabilidade** e da **viabilidade**. **Utilizamos com cuidado essas lentes nas etapas de definição do que pode ser mantido, alterado, interrompido ou acelerado.**

Metodologia Centrada no Usuário



≡≡≡ Abordagem diferenciada

Foco nas necessidades reais dos usuários.

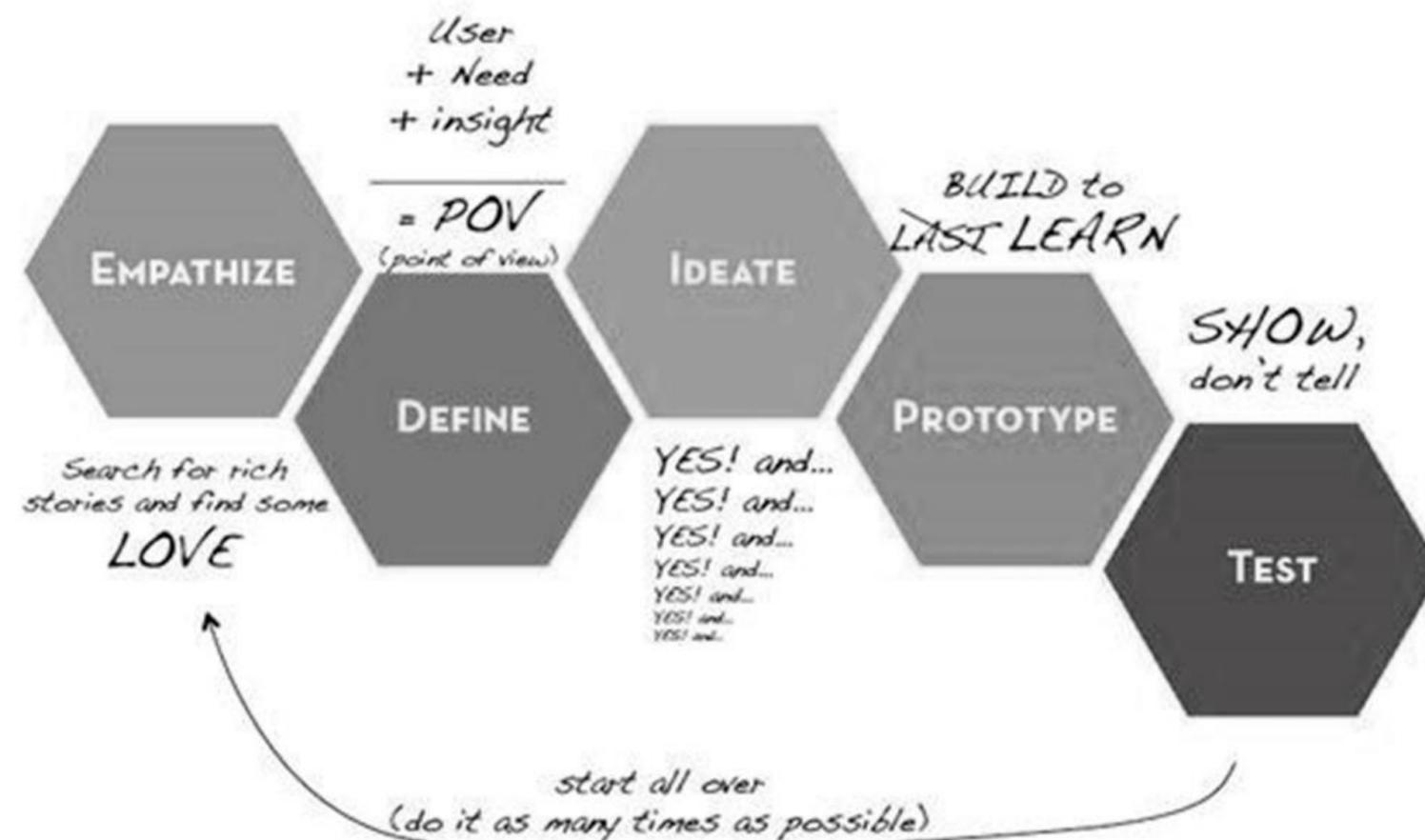
Com este processo procura-se identificar quais são as maiores dificuldades do usuário. Ao observar os potenciais usuários da **estratégia corporativa** desenvolve-se empatia por eles e por sua circunstância de aprendizagem. Isso não se faz por meio de questionários, mas sim indo ao encontro dessas pessoas para conversar e documentar aspectos de suas vidas.

O propósito dessa abordagem é desenvolver um **Ponto de Vista**; fazemos isso ao “sentar com o time” para digerir os dados que encontrarmos nas observações prévias. A partir da descoberta das diversas necessidades dos usuários, serão criadas hipóteses de como solucioná-las, num processo de **design** e essência daquilo que o grupo considerará uma experiência significativa para os **líderes** de negócios.

Design é uma palavra com significado distorcido; o foco do design é a satisfação do usuário e é com ele que precisamos construir empatia, colaboração e experimentação, que são as bases do **Design Thinking** – método usado pela SV Partners para criar eventos marcantes e que entregam resultados.

Design Thinking

My design thinking CHEAT SHEET



By Guido Kovalskys



SV PARTNERS

≡ Produto dos Workshops



Casos de Sucesso

4 exemplos

IPT

INSTITUTO DE PESQUISAS TECNOLÓGICAS


ipt

INSTITUTO DE
PESQUISAS
TECNOLÓGICAS

A diretoria que assumiu o IPT em 2012 tinha a percepção de que havia barreiras culturais contra arrojarse na inovação, já que a venda de serviços mais tradicionais garantiria até recentemente uma estabilidade no crescimento das receitas do Instituto em contratos de assessoria, consultoria, ensaios, análises e calibrações. Partindo da hipótese de que essa estabilidade é ilusória, e que só a inovação garantiria que o IPT chegasse aos seus 200 anos de vida em 2099, não haveria outra maneira de enfrentar barreiras culturais a não ser a busca do engajamento.

Desafio

Ter a clareza de uma visão de futuro institucional que buscasse 40% da receita associada com inovação em 2018, partindo de 12% em 2010 e de 20% em 2014.

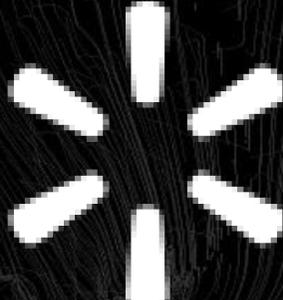
Encontrar uma metodologia que fosse aplicada como principal alavanca de transformação no planejamento estratégico do IPT para o período 2014-2018 que buscasse mais presença, mais inovação e mais impacto.

Solução

Contratar uma assessoria especializada em programas de inovação para orientar esse processo, acompanhando os projetos institucionais, orientando cada equipe, ajudando a explicitar inovações que ficam escondidas nos serviços mais convencionais e revendo continuamente processos com o apoio de um Comitê Estratégico de 10 membros, incluindo o presidente do IPT.

A novidade proposta pela assessoria em 2013 foi envolver quase um quarto dos pesquisadores em projetos institucionais de transformação, com *stage-gates* bimensais dentro de ciclos anuais, em que toda a diretoria do IPT participa.

O sucesso pode ser medido numericamente: atingimos 36% de receita com inovações em 2016.

Walmart 



Como o Walmart Brasil pode reforçar sua cultura intraempreendedora e servir de benchmarking para outras operações do maior varejista do mundo?

Desafio

- Ajudar na elaboração do plano estratégico de Inovação, com horizonte de três anos.
- Identificar novas oportunidades em operações.
- Realizar melhorias incrementais para fomentar e reforçar programas de menor impacto socioambiental.
- Implantar iniciativas de redução de desperdício nas lojas.

Solução

- Rally da Inovação, programa corporativo ancorado no capital humano.
- Cocriado com as lideranças do Walmart Brasil.
- Processo disciplinado e estruturado via *road map* e *stage gates*.
- Implementação de novas oportunidades e plataformas de negócios.
- Repercussão internacional e cocriação com indústrias fornecedoras.
- Fomento de novos produtos com menor impacto socioambiental.
- Envolvimento de laboratórios globais de P&D e inovação.





Empresa líder de multissoluções ambientais para a indústria, promovendo a valorização ambiental de resíduos de forma sustentável, segura e inovadora.

Desafio

- Redirecionar o posicionamento estratégico da ESSENCIS.
- Tratamento de resíduos para a valorização ambiental com capacitação de líderes.
- Abertura de novos centros tecnológicos ambientais.
- Adoção de um programa de crescimento nas regionais.

Solução

- Estruturação de uma reflexão estratégica liderada pela presidência com seus líderes diretos.
- Definição de um ponto de vista comum, repensando a visão de futuro, missão e os valores corporativos.
- Estratégia (*stage gate*), cultura (*innovation hub*) e processos (*hoshin kanri* com A3) alinhados à gestão através da implementação de 45 projetos estratégicos.
- Excelência da gestão reconhecida com premiações pelos Programas de Excelência da FNQ.

YPF

A YPF Brasil enfrentava o desafio de atuar em um mercado concentrado com uma marca de pouco peso para o consumidor, com concorrentes que realizavam investimentos pesados em marketing. Além disso, tinha baixa rentabilidade, linha de produtos sem competitividade e canais de consumo pouco desenvolvidos.

Desafio

- Alinhar a gestão estratégica para criar um ambiente de inovação dentro da YPF Brasil (Filial da Companhia Petroleira Argentina YPF SA).
- Recompôr os canais de distribuição com fortalecimento dos vínculos para a busca do crescimento no mercado.
- Aumento de portfólio e instalação de uma planta própria em São Paulo, Brasil.

Solução

- Implementação das bases de um Modelo de Gestão Integrado (MGI)
- Metodologias e técnicas para repensar o posicionamento de mercado, a proposta de valor, atributos de produtos e redefinição da estratégia de marketing e presença digital
- *Coaching* para executivos de liderança e alinhamento via a instalação de um Comitê Estratégico que tem norteado a filial na direção de seu crescimento



Testemunhais



Marcelo Schmitt

Gerente Geral - Stolthaven Santos

2020

“Para nossa satisfação e orgulho, a metodologia criada pela SV Partners para nosso Terminal de Santos será adotada para todos os países onde a STOLHAVEN está presente”.

“Iniciamos um trabalho com a assessoria do Prof. Moysés Simantob com o objetivo de desdobrar a estratégia global de crescimento do grupo para a filial brasileira. Utilizando a metodologia A3, obtivemos um rápido engajamento e motivação da liderança e equipes, que, por meio de times cross-funcionais, permitiram um trabalho horizontal e muito participativo. A simplicidade do modelo adotado junto com a metodologia da consultoria se mostrou eficaz para nosso porte, atividade e complexidade, chamando a atenção da matriz, que decidiu adotar a metodologia A3 como padrão para a implementação da estratégia *“Going Further”*.”



Roberto Alvarenga

Vice-presidente para a América Latina - Biotronik Comercial Médica

2020

"Trabalhar com Moysés Simantob da SV Partners nos desafia a pensar fora da caixa."

“Após quatro anos de intensa transformação organizacional para adaptar-nos a uma nova realidade de negócio, onde passamos por grandes mudanças, precisávamos avaliar e preparar a organização e nossa liderança para os novos desafios. A parceria com Moysés e sua metodologia de trabalho têm sido fundamentais para questionarmos nossa visão de futuro e criarmos vantagens competitivas por meio de uma cultura de inovação organizacional e tecnológica.”



Fernando Landgraf

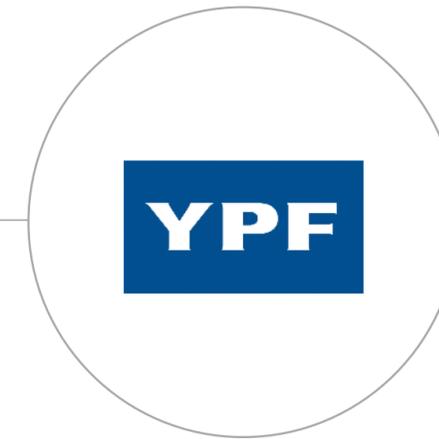
Presidente - Instituto de Pesquisas Tecnológicas (IPT)

2014-2018

“ A metodologia participativa, aplicada com a ajuda de Moyses Simantob, tem sido a principal alavanca de transformação no planejamento estratégico do IPT para o período

2014-2018

que busca mais presença, mais inovação e mais impacto. A diretoria que assumiu o IPT em 2012 tinha a percepção de que havia barreiras culturais contra o arrojarse na inovação, já que a venda de serviços mais tradicionais garantiu até recentemente uma estabilidade no crescimento das receitas do instituto em contratos de assessoria, consultoria, ensaios, análises e calibrações. Partindo da hipótese de que essa estabilidade é ilusória e de que só a inovação garantirá que o IPT chegue a seus 200 anos de vida em 2099, não há outra maneira de enfrentar barreiras culturais a não ser a busca do engajamento. A novidade proposta por Moyses em 2013 foi fazê-lo envolvendo quase um quarto dos pesquisadores em projetos institucionais de transformação, com *stage gates* bimensais dentro de ciclos anuais, em que toda a diretoria participa. Tendo a clareza de uma visão de futuro institucional de buscar que 40% da receita esteja associada com inovação em 2018, partindo de 12% em 2010 e 20% em 2014, Moyses e sua equipe têm orientado com sucesso esse processo, acompanhando cada um dos dez projetos institucionais, orientando cada equipe, rediscutindo a pergunta que sempre volta – ‘Mas, afinal, o que é a inovação?’ –, ajudando a explicitar inovações que ficam escondidas nos serviços mais convencionais, revendo continuamente processos com o apoio de um Comitê Estratégico de dez membros, incluindo o presidente do IPT, que se reúne semanalmente. O sucesso pode ser medido numericamente: atingimos 36% de receita com inovações em 2016.”



RAMIRO FERRARI

Diretor-presidente - YPF Brasil

2015

“O Prof. Moysés Simantob e equipe, além da assessoria e consultoria, desenvolvem um ambiente de confiança que ajuda na tomada de decisões.”

“A SV Partners foi contratada pela YPF Brasil (filial da companhia petrolífera argentina YPF S/A) com o desafio de alinhar a gestão estratégica para criar um ambiente de inovação. A assessoria contribuiu na implementação das bases de um modelo de gestão integrado (MGI) por meio de metodologia e técnicas teórico-práticas. O conhecimento e a experiência aplicada permitiram criar e formalizar um âmbito de discussão estratégica (Comitê Estratégico), sistematizar o alinhamento dos objetivos e as metas do negócio junto com a implementação dos planos de ação e contingência (A3s).”



Héctor Núñez
Presidente



Vicente Trius
Presidente

Walmart Brasil
2006-2010



“O Rally da Inovação foi criado pela assessoria de Moysés Simantob em conjunto com as lideranças do Walmart Brasil.”

“Um programa corporativo, ancorado em capital humano, que se utilizou de processo disciplinado e estruturado – road map e de stage gates – para a implementação de novas oportunidades e melhoria das já existentes. De 2006 a 2010, plataformas de negócios como o pacto pela sustentabilidade, a cocriação com fornecedores para fomento com produtos com menor impacto socioambiental e iniciativas de redução de desperdícios nas lojas, foram algumas das iniciativas bem-sucedidas, que têm ajudado a florescer a cultura intraempreendedora no Walmart Brasil e servir de benchmarking para as outras operações do varejista no mundo.”



Murilo Brotherhood

Diretor de Produtividade e Melhoria Contínua - *Walmart* Brasil

2006-2010

“Graças ao suporte do Prof. Moysés Simantob, construímos uma abordagem de sucesso

além de nos ajudar na elaboração do Plano Estratégico de Inovação que norteará os próximos três anos.”



Carlos Fernandes

Presidente - Essencis

2007-2017

“Métodos têm sido implementados para auxiliar os gestores nas tomadas de decisões e tornando sua prática um padrão de excelência.”

“A SV Partners foi contratada para redirecionar o posicionamento estratégico da Essencis, de empresa seguidora de mercado para líder do setor, dentro do período 2007-2017. Simantob recebeu o aval do primeiro escalão da empresa para implementar o planejamento estratégico com base em um profundo programa de inovação organizacional, redimensionando estrutura e cultura empresarial. Métodos como innovation hub, stage gates e management cockpit têm sido implementados para auxiliar os gestores na tomada de decisões, tornando sua prática um padrão de excelência alinhado ao PNQ.”



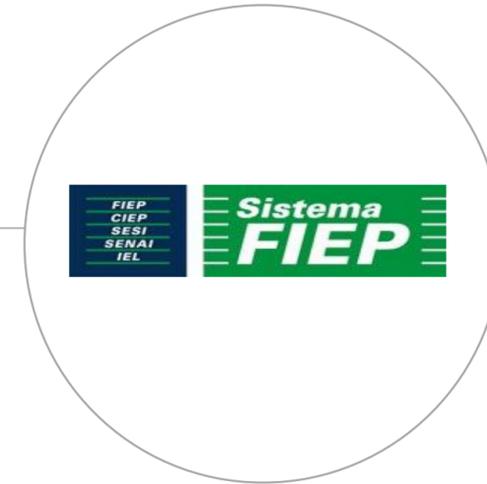
Ricardo Tortorella

Diretor-superintendente

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo (Sebrae-SP)

“Com o apoio da assessoria de Moysés Simantob, o Sebrae SP reuniu sua diretoria e todo seu público interno para apresentar ao mercado sua visão de futuro.”

“Encurtar a distância da concepção de uma nova ideia ao produto elaborado aos micro e pequenos empresários tem sido o desafio do Sebrae-SP, que, numa importante iniciativa, com o apoio da assessoria de Moysés Simantob, reuniu sua diretoria e gerentes, numa primeira fase, e, em seguida, todo o seu público interno para apresentar ao mercado sua visão de futuro. Redes sociais, gestão do conhecimento e organização em rede tornam-se os direcionadores estratégicos do Sebrae-SP para sua gestão 2010-2020.”



Filipe Cassapo

Diretor de Inovação

Federação das Indústrias do Paraná (Fiep)

“O Prof. Simantob ajudou a desmistificar e disseminar as práticas e a cultura da inovação.”

“Com sua extensa experiência e sua incomparável capacidade de desafiar o status quo das organizações com as quais trabalha, o Prof. Simantob ajudou, na oportunidade de eventos ligados ao tema inovação e sustentabilidade, a desmistificar e disseminar as práticas e a cultura da inovação entre as indústrias de nosso estado.”



Harry Peter Grandberg

Presidente

Stihl

STIHL[®]

“A metodologia criada pelo Prof. Moysés Simantob proporcionou um forte alinhamento entre estratégia, organização, estrutura e cultura.”

“Políticas de inovação com foco na segmentação de mercado para redefinição de um novo portfólio de produtos e serviços foram implementadas para oferecer um novo posicionamento de marca para os stakeholders do negócio. O resultado foi

50% de aumento nas vendas totais.”



André Kaufmann

CEO - Renaissance Executive Forums Brazil

“O trabalho realizado por Moysés Simantob e equipe em nosso workshop anual foi excelente.”

“Reconheço que é um desafio importante manter 50 CEOs e proprietários de empresas bem-sucedidas em permanente interesse durante quase dois dias. Foi o que aconteceu!”



Neide Araujo

Superintendente de Telemetria - Itaú-Unibanco

“A parceria com o Moysés Simantob nos ajuda a acelerar a dinâmica do conhecimento.”

“Representamos uma área que promove o aprendizado Permanente e que se dedica à identificação e estruturação de melhores práticas para promover benchmark interno. Buscamos incessantemente a inovação por meio da integração de recursos internos e externos, na interação com universidades e pesquisadores dos principais programas de inovação no Brasil.

A parceria com Moysés Simantob nos ajuda a acelerar a dinâmica do conhecimento, a captura de oportunidades e a revisão constante do modo de pensar e agir, uma vez que o conhecimento não fica limitado às fronteiras da organização.

Peter Drucker, ao se debruçar sobre o fenômeno da inovação nas organizações, afirmou certa vez que todo empreendedor de sucesso que conhecia tinha em comum

não um tipo específico de personalidade, e sim um compromisso com a prática sistemática da inovação.

O que mais nos surpreendeu no relacionamento com Moysés foi sua capacidade de transformar obstáculos em inovações e valores em ações. Seu comprometimento com nosso sucesso e sua capacidade ímpar de reconhecer as contribuições individuais de maneira honesta, independente e intuitiva foram indispensáveis não só para instalar e sustentar uma dinâmica inovadora no processo de reflexão estratégica, como para dar vida a um dos eventos mais inovadores e de marcado impacto dentro de nossa empresa.”

Contatos



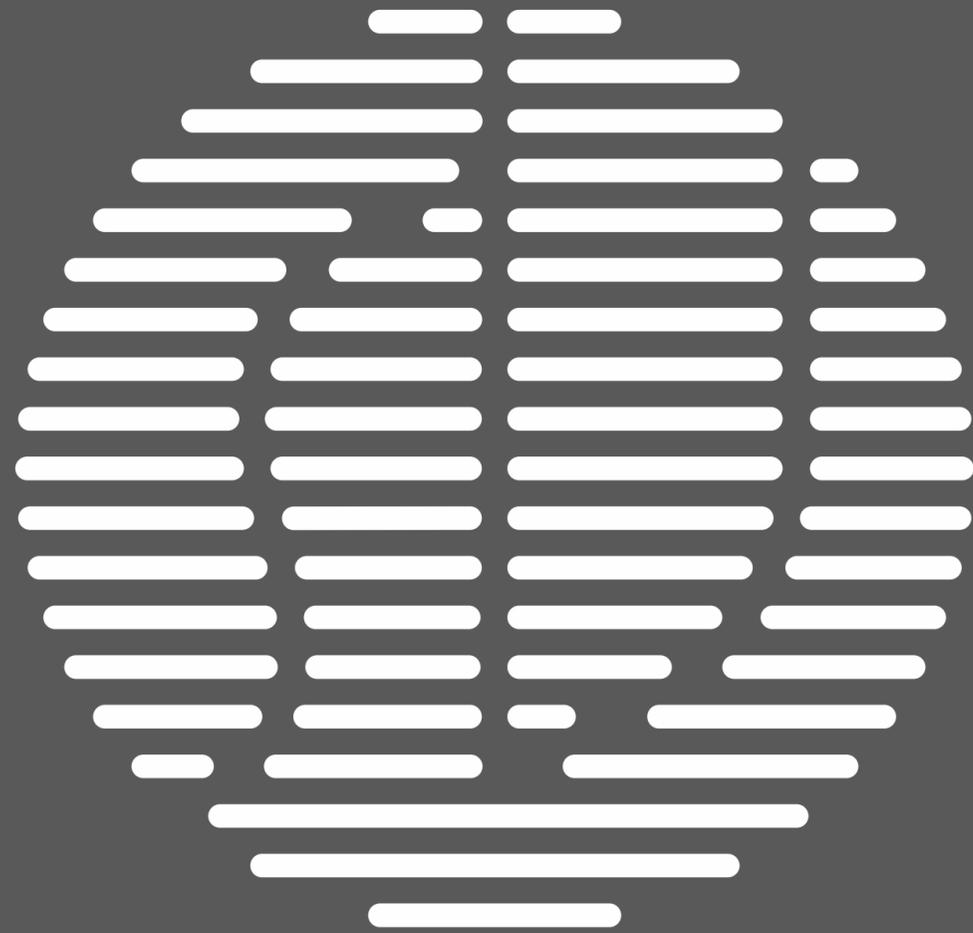
moyses.simantob@svpartners.com.br



<http://www.moysessimantob.com.br/>



<https://br.linkedin.com/in/moysessimantob>



SV PARTNERS