

Tecpar cria Selo de Inovação para empresas e empreendedores **Ciência e Tecnologia**

Enviado por: paulo_domingues@secs.pr.gov.br

Postado em: 27/07/2020 10:00

A iniciativa é voltada para empreendedores e empresários interessados em avaliar o potencial inovador de seus produtos ou conceitos.

Para estimular a criação e desenvolvimento de projetos inovadores no Estado, o Tecpar (Instituto de Tecnologia do Paraná) lançou o "Selo de Inovação Tecpar". A iniciativa é voltada para empreendedores e empresários interessados em avaliar o potencial inovador de seus produtos ou conceitos. O diretor-presidente do Tecpar, Jorge Callado, destaca que o Selo de Inovação surgiu da prospecção de mercado pelos profissionais da Agência de Inovação do instituto, que perceberam a demanda de empresas e empreendedores para analisar, validar ou melhorar projetos inovadores. "O Selo de Inovação é mais uma ferramenta de apoio aos empresários que buscam validar suas ideias inovadoras na área de tecnologia. A validação do Tecpar representa um diferencial para o empresário na fase de busca de novos parceiros", afirma. Segundo o gerente da Agência de Inovação do Tecpar, Rogério Moreira de Oliveira, os clientes buscam obter o Selo porque querem avaliar seu produto ou conceito e ter um diferencial de mercado. "A principal função do Selo é reduzir o risco do investimento. Ele faz com que o cliente confie mais naquele produto ou naquele projeto que já foi avaliado e não tenha receio em investir", diz Oliveira. Ele ressalta ainda que para instituições de investimento, como agências de fomento, bancos e investidores-anjo, a presença do Selo de Inovação pode reduzir o risco de insucesso de um projeto. "É uma garantia adicional para o investidor, uma vez que aquela proposta já foi avaliada por especialistas", observa o gerente da Agência de Inovação. **METODOLOGIA** - Para pleitear o selo, o empresário ou empreendedor precisa entrar em contato com a Agência de Inovação do Tecpar, o que pode ser feito pelo e-mail sac@tecpar.br. Então os especialistas do instituto irão explicar como o procedimento será realizado. A metodologia é composta por seis aspectos, que são analisados e pontuados, dentro de dois grupos distintos: da viabilidade e da inovatividade. O grupo da viabilidade analisa aspectos técnicos, econômicos, financeiros e a questão de patentes. É estudado, por exemplo, o custo e a acessibilidade à matéria-prima de um produto e à mão de obra necessária para produzi-lo. O segundo grupo, que é o da inovatividade, avalia o potencial de inovação do produto, analisando, entre outros quesitos, se existem outros produtos semelhantes no mercado, e a possibilidade de surgirem concorrentes. O empreendedor também toma conhecimento sobre possíveis barreiras de seu produto, se infringe alguma patente, legislação ou se apresenta risco aos clientes. Com estas informações, o empreendedor tem elementos para tomar a decisão de implantar melhorias ou de reformular ou encerrar o projeto. **NÍVEIS DO SELO** - Cada proposta ou produto é classificada em um dos três níveis do Selo de Inovação: Conceito Inovador, Protótipo Inovador ou Produto Inovador. Inventores que já criaram o conceito de sua invenção podem pleitear o "Selo Conceito Inovador". É o caso do empreendedor que, embora ainda não tenha um produto ou protótipo, já tem uma ideia de uma solução ou de como aquilo deve funcionar. Os especialistas do Tecpar vão analisar se o conceito é inovador ou se tem potencial inovador. A ideia é pontuada por uma métrica de avaliação e recebe uma nota de inovatividade. O segundo nível é o "Selo Protótipo Inovador". Neste caso, o empreendedor já tem um protótipo de produto, ou seja, uma ideia já materializada. Não

precisa ser um produto acabado, mas que demonstre, minimamente, o funcionamento do seu conceito. A avaliação do selo é feita de uma maneira mais precisa, já que é possível observar as condições de funcionamento do protótipo. O “Selo Produto Inovador” é o terceiro nível, destinado às empresas que já têm o seu produto pronto, estão produzindo e vendendo. São empresários que têm a intenção de avaliar se o seu produto tem ou não um apelo inovador, para usar esse resultado como potencial de marketing.