



## **Edenred Brasil anuncia parceria com plataforma de inovação e reforça iniciativas para cultura empreendedora**

*Grupo fomenta a cultura interna de inovação com projeto em parceria com a AAA Inovação, que conta com nomes como Ricardo Amorim e Allan Costa*

A Edenred Brasil, líder em soluções transacionais para empresas, comerciantes e empregados e que integra as marcas Ticket, Ticket Log, Repom e Edenred Soluções Pré-Pagas no Brasil, tem a inovação como um pilar estratégico e segue ampliando iniciativas para engajar seus colaboradores a experimentar novas ideias e atitudes intraempreendedoras. Para reforçar o conjunto de ações já existentes, que vão desde programas de aceleração de startups até desafios internos e um hub de inovação (La Fabrique), a empresa firmou parceria com a plataforma de conteúdo AAA Inovação, que disponibiliza pílulas de conhecimento sobre temas como carreira, cultura, estratégia, tecnologia e gestão.

Com conteúdos rápidos e que se ajustam à rotina de seus profissionais, o objetivo é ampliar o estímulo para inovar e cocriar, com insights semanais de alguns dos principais nomes do mercado, como os cofundadores da AAA Inovação, o economista Ricardo Amorim, o empreendedor Allan Costa e o professor e palestrante Arthur Igreja. A novidade vai de encontro ao projeto Edenred Connect, criado há quatro anos para fomentar a inovação no Grupo. Por meio dele, foi possível criar formatos de conteúdo e estímulos, a fim de incentivar os colaboradores a inovarem em seu dia a dia.

“Entendemos que cada indivíduo tem um processo particular de criar, mas a capacidade de inovar é intrínseca e só precisa do estímulo certo. Com isso, a partir de iniciativas das quais os colaboradores participam voluntariamente, conseguimos



notar diferentes perfis que nos sinalizam os níveis de interesse e afinidade com a cultura de inovação. Assim, podemos fortalecer o nosso ecossistema que desafia o público interno a debater tendências e experimentar o intraempreendedorismo”, destaca o Chief Operating Officer (COO) Américas da Edenred, Gilles Coccoli.

A Edenred disponibiliza conteúdos em diferentes formatos de livre opção e adesão. Entre eles, estão lives quinzenais que trazem convidados de grandes empresas e startups para compartilharem cases e suas experiências. Ao todo, já foram 13 encontros, com audiência de mais de 2 mil pessoas. A resposta à iniciativa foi tão positiva que a ativação foi ampliada para outras operações do Grupo nas Américas e Espanha e já conta com público total de 1.200 participantes nesses locais.

Quem participa dessas apresentações voluntariamente é considerado uma pessoa que tem interesse pelo tema. A partir daí, quem se inscreve em outras iniciativas, como uma newsletter interna sobre o tema, ingressa na comunidade de inovação da Edenred, tendo acesso a mais incentivos para inscrever ideias nos concursos destinados a colaboradores.

“Após a criação dessas iniciativas, nossa área de inovação identificou um aumento de 50% na quantidade de colaboradores participantes da comunidade interna de inovação, que contempla um grupo para troca de informações e insights. O que confirma que uma cultura de inovação pode ‘contaminar’, e quando isso acontece tudo vira referência e inspiração, vai se perdendo o receio de pensar diferente e de compartilhar ideias”, completa Coccoli.

Desde 2018, a Edenred conta com concursos de inovação no Brasil e a nível global, pelos quais seus colaboradores podem desenvolver ideias que beneficiem o mundo e os negócios do Grupo e suas marcas. Um deles com foco local, chamado Se Vira nos 5 é um desafio interno de inovação que é aberto a todos os colaboradores e conta com um prêmio de R\$ 5 mil para o vencedor e de R\$ 200 a todos que se



apresentarem na fase final. Desde o lançamento, foram cerca de 200 ideias inscritas pelos colaboradores e, até o ano passado, 21 delas já haviam sido apresentadas para o comitê executivo.

Desde 2018, o Grupo também promove o Edenred Factory, programa global que estimula o desenvolvimento de projetos, os quais podem vir a receber investimentos e serem lançados no mercado, além de um prêmio em dinheiro no valor de € 2 mil.