

TIPOS DE INOVAÇÃO



AULA 5 – INOVAÇÃO E
EMPREENDEADORISMO

DOCENTE: ANA VIZINHO

1

PARÂMETROS DA INOVAÇÃO



RADICAL

Provoca impacto no mercado. Estimula reações de admiração, mas também de espanto.



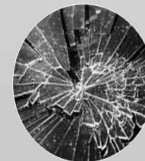
INCREMENTAL

Releitura inovadora sobre ideias, técnicas, produtos e serviços. É uma forma de incrementar o antigo.



SUBSTANCIAL

Melhoria contínua que visa transformar ideias, técnicas, produtos e serviços já existentes.



DISRUPTIVA

Inovação que provoca a substituição do antigo pelo novo. Cria a obsolescência daquilo que já existia.



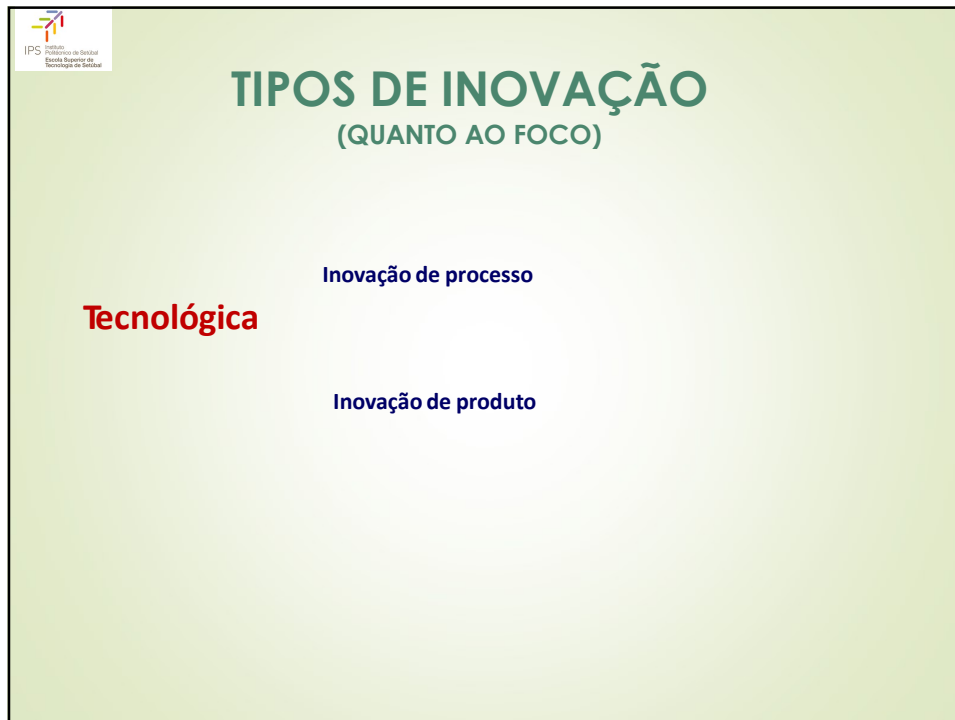
2



3



4



5



6



INOVAÇÃO DE PROCESSO

- “A implementação de novos ou significativamente melhorados, **processos de produção ou logística** de bens ou serviços.
- Inclui alterações significativas de técnicas, equipamentos ou software.” (OCDE, 2005: pág. 49:163)
- **Finalidade:**
 - reduzir custos de produção ou de distribuição,
 - melhorar a qualidade, ou ainda,
 - produzir ou distribuir produtos novos ou significativamente melhorados de forma mais eficiente

7



INOVAÇÃO DE PROCESSO (Exemplos)

- **Inovações de processo incluem:**
 - técnicas, equipamento e software usado para produzir bens ou serviços.
 - Exemplos: a implementação de novo equipamento de automação numa linha de produção ou a implementação de um design assistido por computador para desenvolvimento de produtos. (OCDE, 2005: pág. 49, 165)
 - métodos novos ou substancialmente melhorados para a criação e desenvolvimento de serviços.
 - Exemplos: introdução de mecanismos de monitorização GPS para serviços de transporte, a implementação de um novo sistema de reserva numa agência de viagens e o desenvolvimento de novas técnicas para gestão de projectos numa firma de consultadoria”. (OCDE, 2005: pág. 49, 167)

8



INOVAÇÃO DE PROCESSO (Exemplos)

- **Inovações de processo incluem:**
 - técnicas, equipamento e software novos ou substancialmente melhorados em actividades de suporte tais **como a compra, contabilidade, computação e manutenção.**
 - **A implementação de tecnologia de informação e comunicação (TIC) se for destinada a melhorar a eficiência e/ou qualidade de uma actividade de suporte auxiliar.”** (OCDE, 2005: pág. 49, 168)

9



INOVAÇÕES EM PRODUTOS/SERVIÇOS

- Uma inovação de produto é a introdução de um bem ou serviço **novo** ou **significativamente melhorado** no que concerne a suas características ou usos previstos
- **Incluem-se melhoramentos significativos:**
 - No design
 - em especificações técnicas,
 - componentes e materiais,
 - softwares incorporados,
 - facilidade de uso ou,
 - outras características funcionais

10



INOVAÇÕES EM PRODUTOS/SERVIÇOS

- **As Inovações do Produto**, podem utilizar **novo conhecimento ou tecnologias novas** ou basearem-se em **novas utilizações ou combinações** de conhecimento ou tecnologias existentes (OCDE, 2005: pág 48, 157)
- **O design** faz parte integral do processo de desenvolvimento e implementação de novos produtos. No entanto, o design que não **promova novas ou alterações significativas nas funcionalidades do produto** não deve ser considerado inovação do produto e deverá ser considerado uma inovação de *Marketing* (OCDE, 2005: pág 48, 162)

11



INOVAÇÕES EM PRODUTOS/SERVIÇOS

- **O desenvolvimento de novas utilizações para o produto**, com apenas pequenas alterações nas suas especificações técnicas, é considerada inovação". (OCDE, 2005: pág 48, 159)
- **A inovação do produto nos serviços** pode incluir melhoramentos significativos na forma como é prestado, por exemplo, **rapidez, eficiência, conforto** etc.; pode incluir novas funcionalidades no serviço; pode ainda incluir a introdução de novos serviços.

12



INOVAÇÃO EM MARKETING

- Uma inovação de marketing é a implementação de um novo método de marketing com mudanças significativas:
 - Na concepção do produto
 - na embalagem,
 - no posicionamento do produto,
 - na promoção
 - na fixação de preços

13



INOVAÇÃO EM MARKETING

- O objectivo das inovações de marketing é **abordar melhor as necessidades dos clientes**, abrindo novos mercados, ou posicionando um produto de uma firma no mercado, com o objectivo de aumentar as vendas da firma”. (OCDE, 2005: pág. 49, 170)
- As inovações de Marketing distinguem-se das actividades normais de Marketing pelo seu carácter inovador relativamente às práticas normais utilizadas pela empresa que devem permitir:
 - **melhor satisfação das necessidades dos clientes,**
 - **alteração de posicionamento do produto ou,**
 - **abertura de novos mercados.** (OCDE, 2005: pág. 49:171)

14



INOVAÇÃO ORGANIZACIONAL

- Uma inovação organizacional é a implementação de um **novo método organizacional** nas práticas de negócios da empresa, na **organização do seu local de trabalho** ou nas **suas relações externas** (OCDE, 2005: pág 51:177)
- **EXEMPLOS:**
 - a primeira introdução de sistemas de gestão para produção geral ou operações de fornecimento tais como **Sistemas de Gestão da Cadeia de Fornecimentos**, **reengenharia de negócios**, **fabrico limpo** e **sistemas de gestão de qualidade**.
 - novas práticas para **melhorar a partilha** de aprendizagem e conhecimento dentro da firma
 - **redução de custos administrativos e de burocracia**, estimulando a **satisfação no local de trabalho** (e assim a produtividade do trabalho)
 - **novas formas de organizar relações com outras firmas ou instituições públicas** como o **estabelecimento de novos tipos de colaborações com organizações de investigação ou clientes**, (OCDE, 2005: pág. 50,180)

15



INOVAÇÃO SOCIAL

- A inovação social está **orientada para a gestão das pessoas**, materializando-se na melhoria das condições de trabalho, na sua adequação às necessidades e interesses dos trabalhadores.
- O pressuposto é simples: estas mudanças conduzirão à motivação dos trabalhadores, repercutindo-se na produtividade, na qualidade, na participação dos trabalhadores.
- **Exemplos:**
 - **Horários flexíveis,**
 - **Teletrabalho,**
 - **Cantinas,**
 - **Creches,**
 - **Arranjos caseiros**
 - **Etc.**

16

