

Inovação Conceitual

Disciplina: Gestão Tecnológica I

Professora: Parcilene Fernandes

O que é uma questão **conceitual**?

Uma baleia é capaz de afundar um transatlântico de 15.000 toneladas?

Baleia é peixe?

O que é uma questão conceitual?

- Consideremos três perguntas:
 - I. É provável que o comunismo se espalhe pelo mundo?
 - II. O comunismo é um sistema desejável de governo?
 - III. O comunismo é compatível com a democracia?

Evoluindo através da Inovação Conceitual

- Não é somente uma questão de:
 - Correr mais rápido.
 - Trabalhar com mais afinco.
 - Conseguir mais recursos.
 - Ser mais forte.
 - Ter mais capital.
 - Modernizar o portfólio de métodos e ferramentas.

Evoluindo através da Inovação Conceitual

- Tem mais relação com ações que nos possibilitem...
 - **Repensar** o que já sabemos
 - Recorrer os **conceitos que usamos** para melhorar a compreensão de algo
 - Obter mais **sabedoria**

Aprendizagem Técnica e Conceitual

- Estamos mais treinados para aprender novos métodos e técnicas do que para aprender **novos conceitos**.
- Uma das razões para isso é que os novos métodos e técnicas geram **impacto** na **produtividade** quase que **imediatamente**.

Aprendizagem Técnica e Conceitual

- Mas limitando nossa aprendizagem a questões técnicas:
 - Nós não seremos suficientemente **flexíveis** diante de situações complexas.
 - Nós e nossas técnicas poderão ser **ultrapassadas** em pouco tempo
 - Nossa **curiosidade** tenderá a diminuir.
 - Nosso **cérebro** tenderá a ficar mais velho mais rapidamente.

Conceito é um atalho
para a aprendizagem

- Segundo Dewey, Schön e outros, os conceitos são **"ferramentas cognitivas para lidar com o mundo para a resolução de problemas"** *.
- Exemplos:
 - Primeira noção de uma criança sobre sua mãe,
 - Nossa noção da guerra fria, grande depressão de 1929, lógica, universos paralelos

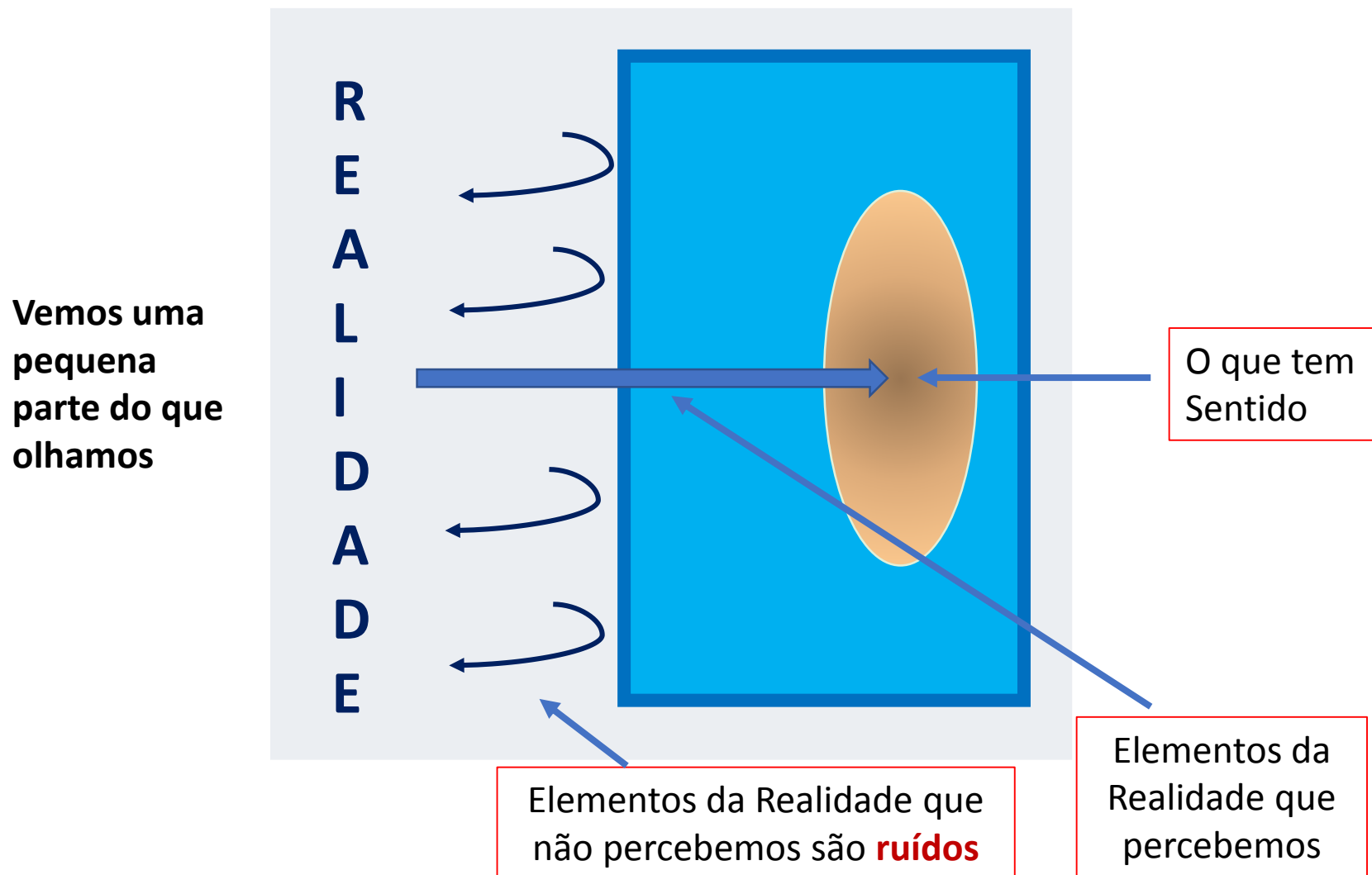
* Donald Schön, Displacement of Concepts, 1963

- "Não há coisas **sem** conceitos".
- "É somente por um processo de **abstração** que distinguimos as ferramentas conceituais e as situações em que são usadas".
- "Embora uma determinada situação possa ser concebida de várias maneiras, é sempre uma situação **estruturada** por conceitos".

(Donald Schön, Displacement of Concepts, 1963)

- Os conceitos determinam a forma como uma situação é **percebida** e **enquadrada**.

Conceitos: permitem a percepção e a compreensão



Realidades Novas, Conceitos Antigos e Conceitos Novos

- Cada vez que lidamos com **novas situações**, procuramos dar-lhes sentido com base no nosso **portfólio de conceitos (antigos)**.
- Uma vez que descobrimos que algo é **novo**, tentamos **dar sentido** a ele fazendo **analogias** com outras coisas que já conhecemos. Fazemos isso usando conceitos antigos e trazendo de volta nossas **experiências passadas**.
- Gradualmente, passamos pelo processo de estender e mudar os conceitos antigos, e em algum momento surge **um novo conceito**.

Conceitos Novos e Conhecimento Antigo

- A interação com novos conceitos desencadeia processos de **aprendizagem**:
 - A assimilação / incorporação de novos conceitos **perturba** e **transforma** o conhecimento que temos sobre o mundo e sobre nós mesmos.
 - O surgimento de novos conceitos mudam a forma como **percebemos** e **entendemos** o mundo.

Novos conceitos emergem à medida que
novas questões são feitas.

A inovação conceitual é como uma reformulação, mas **mais profunda**.

Inovação conceitual e reformulação

- A **reformulação** é uma maneira de:
 - Melhorar nossa **compreensão** de uma situação,
 - Resolver **conflitos** e
 - Inventar novas **estratégias**.
- A inovação conceitual permite **repensar** todo um conjunto de situações
- Ele traz um novo **conjunto de possibilidades**

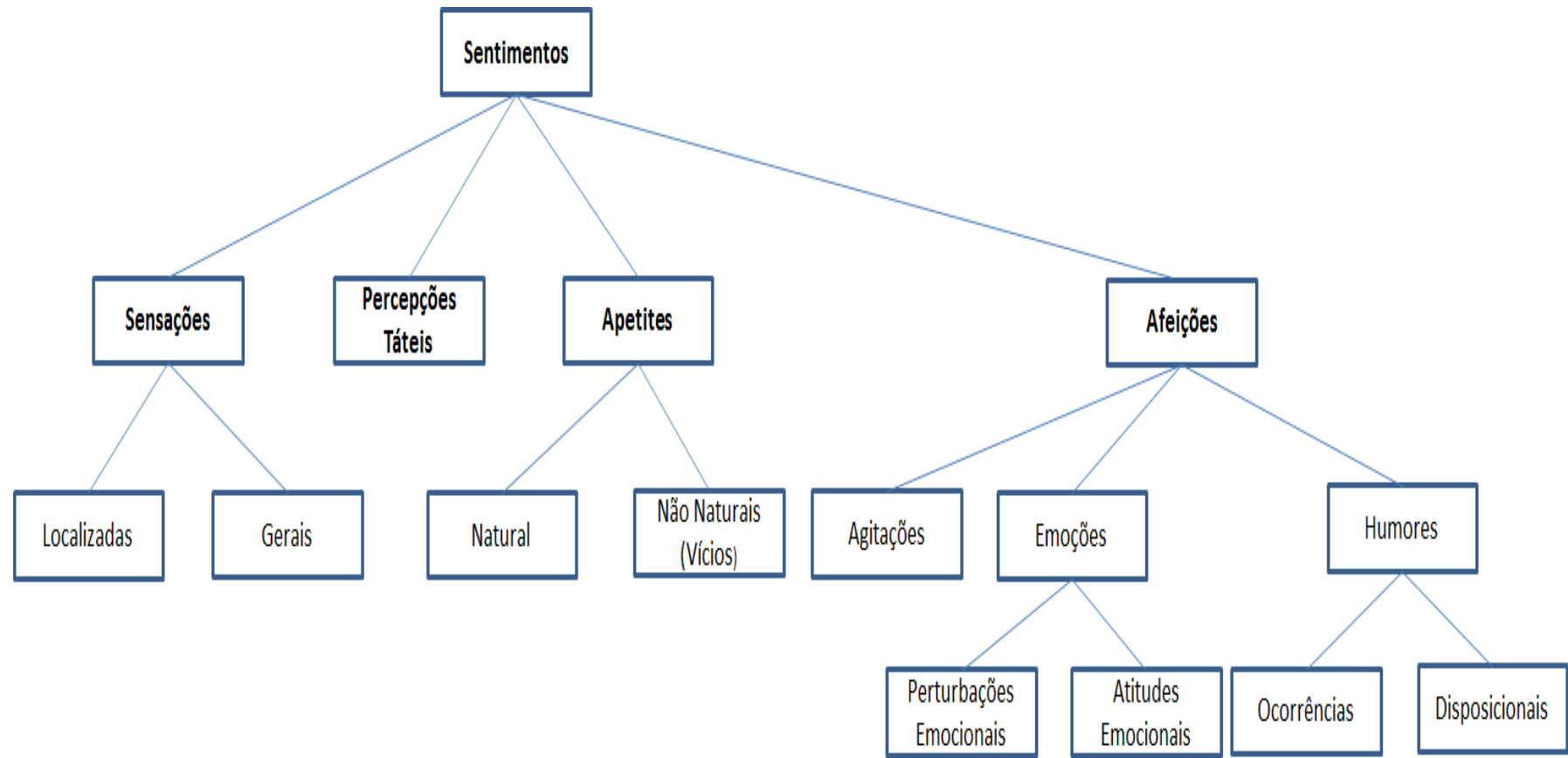
Mudança de Paradigma

- Uma mudança de Paradigma traz um novo conjunto de conceitos:
 - De Coisas para Pessoas
 - De Produto para Processo
 - De uma gestão Top-Down para uma Gestão Participativa
 - De Dominação para Empoderamento
 - De Professor para Facilitador/Instrutor
 - De Replicação para Inspiração
 - Etc.

Conceito - Sentimento

- “Sentimento” é um conceito que tem inúmeros usos. Desde questões que envolvem emoções, opiniões, atitudes, pensamentos, visões, até as suas variadas concepções romantizadas.

Conceito - Sentimento



Conceito - Sentimento

- Segundo Chen (2011), a pesquisa sobre a análise de sentimento se concentra em:
 - como incorporar léxicos para melhorar a precisão da classificação de sentimento,
 - como identificar automaticamente novos aspectos para a análise de sentimento, e
 - como identificar pontos de vista das pessoas quando suas opiniões não podem ser simplesmente julgadas como positiva ou negativa.

Inovação Conceitual

- As maiores oportunidades de crescimento estão na zona de “inovação conceitual” e consistem em inovar, dentre outros aspectos, no **modelo de negócio**.
- Foi o que fizeram companhias como Wal-Mart e Starbucks.
- Em vez de tentar inovar em seus produtos ou serviços, elas descobriram que o **modelo**, e não a oferta, era o segredo do sucesso.

Inovação Conceitual

- **A inovação conceitual é a mais complexa: implica criar capacidades, relacionamentos e canais novos.**
- Um dos melhores exemplos de inovação dos últimos tempos foi o iPod, da Apple. Seu sucesso está na funcionalidade, no *design*, no preço e no entusiasmo que gera. A Apple vendeu 304 mil reprodutores de MP3 iPod apenas em um trimestre, quatro vezes mais que o previsto pela maioria dos analistas. E 100 mil pessoas solicitaram a versão “míni” do iPod, inclusive antes que fosse colocada à venda.
- Para conseguir tal sucesso, a Apple não contou apenas com a superioridade do produto; mudou todo seu modelo de negócio.
- Reconheceu que os clientes não abandonariam seu microcomputador com Windows só para usar um reproduutor de MP3, por mais extraordinário que fosse. Por isso, em 2002, lançou um iPod para Windows e, um ano depois, outros produtos compatíveis com Windows, como a loja de músicas iTunes.

Paradigma Estratégico

- O iPod representa uma “mudança de paradigma estratégico”, pois foi o primeiro produto que não estava vinculado ao Mac. Até então, como diz Tim O’Reilly, presidente da O’Reilly and Associates, a Apple “sempre havia remado contra a corrente. Não aceitava que o microcomputador fosse se converter em uma *commodity*”.

Criação de Valor

- Os números indicam que as inovações conceituais contribuem decisivamente para a **criação de valor**.
- “A evidência é inequívoca. As empresas com modelos de negócio inovadores estão criando a maior parte da nova riqueza”, afirma o especialista em estratégia Gary Hamel.
- É o caso da Starbucks: quando suas pesquisas demonstraram que os consumidores estavam dispostos a pagar mais por um café de melhor qualidade, baseou seu modelo em preços quase três vezes maiores que os da concorrência.

Pesquisas que levem a soluções

- Então, como gerar uma ideia revolucionária ou inventar um novo modelo de negócio?
- Há um método para descobrir a inovação conceitual: trata-se de reformular a pesquisa de mercado para convertê-la em “**pesquisa baseada em soluções**”.

Pesquisas que levem a soluções

- O objetivo é descobrir o que os clientes gostariam que um produto ou serviço **fizesse para eles**. Ou seja, visa resolver os problemas dos clientes. Algo quase oposto à pesquisa baseada no consumidor, que, em geral, parte de um produto ou serviço existente e indaga entre os clientes como se pode **melhorá-lo**.
- Em vez de perguntar ao cliente o que pensa de determinado produto ou serviço, é preciso perguntar o que lhe **agrada** e o que lhe **desagrada** em determinada **experiência**.

Pesquisas que levem a soluções

- Os clientes sentem que a vida é uma série de “tarefas” que devem realizar.
- As “tarefas” podem ser ações que vão desde lavar o cabelo ou escovar os dentes até controlar suas finanças ou se comunicar com todo o mundo rapidamente.
- **Descobrir** quais são essas tarefas, em vez de perguntar como melhorar algo existente para satisfazer os desejos do cliente, é o que leva à **inovação de valor**.

Referências

- Conceptual Innovation, IAP Course 11.965, MIT
- Dossiê Inovação - HSM Management 49 março-abril 2005
- WILSON, John. **Pensar com conceitos**. Tradução Waldéa Barcellos. 2ª. Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.