

## Aula 5

### Inovação e Design Thinking

Profª Gláucia de Salles Ferro

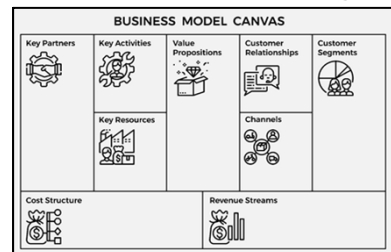
### Modelos de negócios e inovação

#### Modelando um negócio

- Geração de valor
  - Proposto
  - Percebido



#### Gerando novos modelos de negócios



#### Idealização

- **Start** – necessidades percebidas
- Colaborativa
- Com base em informações
- **Brainstormings**
- Painéis interativos
- Ideias externas (potenciais clientes, especialistas, técnicos etc.)



#### Modelando para a inovação

- Visão holística
- Posicionamento de mercado
- Diferenciação em relação à concorrência
- Produtos e matérias-primas
- Fornecedores
- Indústria 4.0
- Venda e pós-venda

### Modelando o negócio para a inovação

- Continuar o processo de idealização do novo negócio até que fiquem claros os caminhos a seguir
- Conversar com um "mentor" e avaliar detalhes que não foram pensados anteriormente



Fizkes/Shutterstock

### O caso OELA



David Samperi/Shutterstock

### Expansão e posicionamento competitivo

### Expansão

- Tomada de decisão
- Expandir ou manter-se "pequeno"?



Sira Anamwong/Shutterstock

### Questões avaliadas na expansão

- Investimento – tempo e financeiro
- Contratação e treinamento de pessoal
- Quantidade de matéria-prima
- Localização/planta de fábrica
- Incidência de impostos

### Após a tomada de decisão

- Quadro branco (BMG) ou plano de negócios



Posicionamento de mercado

### Posicionamento

- Tipos de clientes
- Análise da concorrência
- A concorrência tem uma proteção tecnológica?
- Análise do mercado global
- Diferenciações a serem ofertadas – valor
- Objetivos e metas

- O histórico da empresa vai ajudar a determinar o fator de sucesso do novo posicionamento



### O caso Zerezes



### Estratégia do Oceano Azul

- Estratégia baseada em dados e fatos concretos
- Unir diferenciação e baixo custo
- Com a estratégia, “crie” um espaço inexplorado no mercado

### Estratégia do Oceano Azul

- A estratégia deve fornecer ferramentas para entender as oportunidades
- Deixe preparado um passo a passo
- A boa estratégia maximiza oportunidades e minimiza os riscos
- O resultado precisa ser ganha-ganha

Empresa	Posicionamento
Amey – Roupas femininas	Produtos de marca própria e serviços <i>omnichannel</i> ; sede em Curitiba/PR; pequeno porte; atendimento nacional
Magazine Luiza	Lojas físicas e <i>marketplace</i> ; sede em Franca/SP; grande porte e em expansão; atendimento nacional em lojas físicas e <i>marketplace</i>
Reserva	Marca conceito de roupas masculinas; sede no RJ; médio porte e em expansão; atendimento nacional por meio do site
Banco Inter	Banco digital; sede em Belo Horizonte; pequeno porte e em expansão; atendimento nacional por meio do site

### ***Startups versus* empresas tradicionais inovadoras**

#### **Empresa tradicional inovadora**

- Estrutura-se com ou sem planejamento
- Pode propor inovação e ser bem-sucedida
- Nem sempre trabalha com tecnologia de ponta
- Atende o público-alvo com eficácia

#### **Inovatividade**

- Inovatividade, em uma macrovisão, é a capacidade de uma inovação criar mudança de paradigma na ciência e tecnologia e/ou estrutura de mercado ou em uma indústria

(Garcia; Calantone, 2001)

#### **Inovatividade**

- Em uma microvisão, trata-se da capacidade de uma inovação influenciar os recursos de marketing, os recursos tecnológicos, as habilidades, o conhecimento, as capacidades ou a estratégia de uma empresa

(Garcia; Calantone, 2001)

#### ***Startup***

- “Uma *startup* é uma instituição humana projetada para criar novos produtos e serviços sob condições de extrema incerteza”

(Ries, 2012)

#### ***Startup – visão***

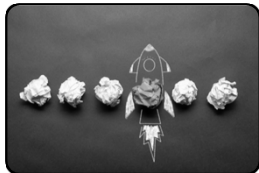
- “Criar um negócio próspero e capaz de mudar o mundo”



Yury Zap/Shutterstock

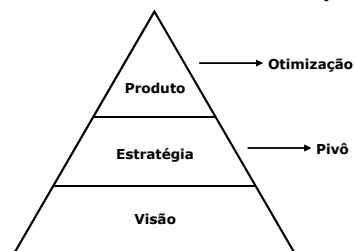
### **Startup – premissas**

- Novos produtos/serviços
- Tecnologia de ponta
- Aceleração do processo para rápido lançamento no mercado



Khakimullin Aleksei/Shutterstock

### **Como funciona uma startup?**



### **Startup – estímulo do intraempreendedorismo**

- Novas ideias são encorajadas
- Tentativa e erro são estimulados
- Fracassos são permitidos
- Parâmetros para a oportunidade: barreiras à criação e ao desenvolvimento de novos produtos

### **Startup – estímulo do intraempreendedorismo**

- Os recursos disponíveis são acessíveis
- Abordagem de equipe multidisciplinar
- Apoio da alta administração

### **Liderança e gestão da inovação**

#### **Boa liderança**

1. Capacidade de liderar mudanças
2. Liderar pessoas
3. Orientação para resultados
4. Habilidade para negócios
5. Comunicação e relacionamento

### Boa liderança para a inovação



Olivier Le Moal/Shutterstock

### Gestão do conhecimento

- Painel colaborativo
- Checklist da revisão de oportunidades
- Seleção das oportunidades
- Definição de recursos
- Implementação
- Aprendizagem

### Fontes de fomento à inovação

### Inovação e desenvolvimento do país



As\_wdrz/Shutterstock

### Sistema de tecnologia, ciência e inovação

- Governos – Federal, Estadual, Municipal
- Centros de Pesquisa e Desenvolvimento – Lactec, Instituto Butantã, Vale do Pinhão, entre outros
- Universidades



fafostock/shutterstock

### Leis – esfera federal

- Lei de Inovação (n. 10.973/2004)
- Lei do Bem (n. 11.196/2005)
- Lei da Informática (n. 13.647/2018)

### Fundos setoriais

- Estão conectados à Finep (Financiadora de Estudos e Projetos)
- Agricultura, mineração, saúde, educação etc.

### Outros órgãos de fomento à inovação

- Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ)
- Banco Nacional de Desenvolvimento Social (BNDES)
- Fundos de Amparo à Pesquisa – nível estadual

### Fomento à inovação nos municípios

- Em Curitiba/PR – Lei Ordinária n. 15.324/2018
- Em Santa Maria/RS – Lei n. 5306/2010
- No Rio de Janeiro/RJ – Lei n. 8336/2019
- Em Foz do Iguaçu/PR – Lei Complementar n. 25/2017

### Fomento à inovação – instituições

- FIEP (PR)
- FIESP (SP)
- FIRJAN (RJ)
- FIEMG (MG)
- FIEA (AL)
- FIES (SE)



### Fomento à inovação – Apex

- Projeto APEX /CBD
- Incentivo à criação de novos produtos e embalagens para exportação

