Strategic Decision Making in the 3D Printing Industry A Robust Decision Making Analysis

Pedro Nascimento de Lima, Daniel Pacheco Lacerda, Maria I. W. M. Morandi UNISINOS University, GMAP Research Group – www.gmap.unisinos.br 2018 DMDU Society Annual Meeting

Introduction - The 3D Printing Industry

- 3D printing,
- 3D printing has seen impressive Growth in the last two decades;
- Key Factors Explaining the
- Shaping Events in the 3D Printing Industry
- Patents Expiration
- In 2007

XLRM

X

O objetivo deste trabalho consistiu na proposição de um método e demais componentes que viabilizem a introdução de inovações incrementais em serviços de microempresas e

MÉTODO DE TRABALHO

Para desenvolvimento desta inovação, foi utilizado como base científica a Design Science. O método de pesquisa utilizado foi a Design Science Research, que tem como um dos seus objetivos apoiar pesquisadores e profissionais no desenvolvimento de artefatos inovadores (Dresch, Lacerda, Antunes 2015).

COMPONENTES DO PROJETO

Método de Atendimento: Foi desenvolvimento e implementado um método detalhado, descrevendo os processos que são seguidos por 356 estudantes de graduação e pós-graduação de 7 Universidades no Rio Grande do Sul. Este método define quais são as atividades necessárias para a condução do projeto, identificando os responsáveis, atividades e documentos necessários para a execução das atividades necessárias para a implantação das ferramentas de inovação, e para a gestão do projeto como um todo.

Ferramentas de Inovação em Serviços, Design e Alimentos:

Foi conduzida uma revisão sistemática da literatura que identificou 29 ferramentas que instrumentalizam a realização de inovações incrementais. Um caderno de ferramentas foi escrito a partir da adaptação destas ferramentas ao público-alvo do projeto.

Avaliação da Performance em Serviços (SERVPERF): O SERVPERF (Cronin e Taylor, 1992), um instrumento para a medição da performance de serviços mundialmente reconhecido passou a ser aplicado nas empresas integrantes do projeto.

Individualismo e Coletivismo: O projeto também implementou um instrumento para a coleta e análise da inclinação dos empresários ao individualismo ou coletivismo, baseado na escala de Hofsted (Lacerda 2011). E índice permitirá o endereçamento de ações aderentes a este perfil de empresa.

RESULTADOS DO PROJETO

O Projeto Negócio a Negócio Etapa 3 em números

14031 Ferramentas de Inovação Implantadas nas

3474 Empresas Atendidas distribuídas em

104 Municípios do Rio Grande do Sul, por meio de

6405 Atendimentos promovidos pelo Projeto NaN 3.

(Dados da execução do projeto desde Agosto/2014 a Abril/2015)

Estrutura de Atendimento – Número de Agentes

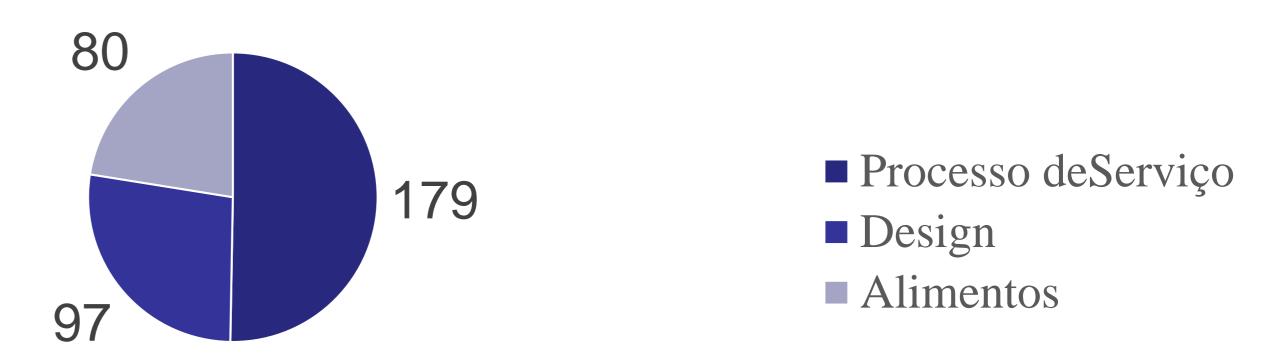


Figura 1: Número de Agentes — Estudantes de Graduação e Pós-Graduação de 7 Universidades Gaúchas

Resultados do Projeto Percebidos pelos Empresários

85% Concordam que as ferramentas são adequadas à sua

realidade **5/0** Obtiveram sucesso na implementação das

570 éntas 570 Perceberam melhora no volume de clientes

81% Relataram resultados positivos para o negócio.

(Dados obtidos em *survey* realizada junto aos empresários participantes)

CONCLUSÃO

O desenvolvimento e a implementação do Projeto Negócio a Negócio Etapa 3 viabilizou a realização de ações de inovação incremental de modo massivo no Estado do Rio Grande do Sul. Considerando os resultados obtidos até o momento, o projeto prevê atender mais 5000 empresas até o fim de 2016.