

**Gestão da Inovação e Tecnologia (Ivo González)**  
**Conceitos Básicos de Inovação (Manual de Oslo, 3ª Edição, 2005)**

ÁREAS DA INOVAÇÃO		<ul style="list-style-type: none"> <li>? PRODUTO</li> <li>? PROCESSO</li> <li>? MARKETING</li> <li>? ORGANIZAÇÃO</li> </ul>
INOVAÇÃO	<i>é a <b><u>implementação</u></b> de</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>? <b>PRODUTO</b> (Bem/Serviço) tecnologicamente NOVO ou SUBSTANTIVAMENTE APRIMORADO (no mercado)</li> <li>? <b>PROCESSO</b> tecnologicamente NOVO ou SUBSTANTIVAMENTE APRIMORADO (aplicado na produção)</li> <li>? <b>MÉTODO DE MARKETING</b> (novo e aplicado)</li> <li>? <b>MÉTODO ORGANIZACIONAL</b> (novo e aplicado)</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>o <i>Definições mais amplas ou mais precisas de inovação</i></li> <li>o <i>Marketing e Organizacional em desenvolvimento</i></li> </ul>
EMPRESA INOVADORA		? Implementou uma inovação no período considerado
EMPRESA INOVADORA DE PRODUTO/ PROCESSO		? Implementou um produto ou processo novo ou significativamente melhorado durante o período de análise

TIPOS DE INOVAÇÃO	INOVAÇÃO DE PRODUTO	<p>? Introdução de Bem ou Serviço NOVO ou SIGNIFICATIVAMENTE MELHORADO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ NOVO: <ul style="list-style-type: none"> <li>✍ <u>diferem significativamente</u> (características funcionais) de Bem/Serviço existente - novas tecnologias ou combinação de tecnologias existentes</li> <li>✍ novo uso, com pequenas mudanças técnicas</li> <li>✍ introdução de Bens/Serviços inteiramente novos</li> </ul> </li> <li>○ MELHORADO: <ul style="list-style-type: none"> <li>✍ aprimoramento de <u>desempenho</u> de <b>produtos/bens</b> (materiais, componentes, software incorporado, facilidade de uso, outros)</li> <li>✍ <u>melhoramentos importantes</u> em <b>produtos/serviços</b>: <ul style="list-style-type: none"> <li>? eficiência e velocidade da disponibilização</li> <li>? adição de novas funções</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
-------------------	---------------------	--

	INOVAÇÃO DE PROCESSO	<ul style="list-style-type: none"><li>? Implementação de um <u>método de produção ou distribuição</u> NOVO ou SIGNIFICATIVAMENTE MELHORADO</li> <li>? Visam:<ul style="list-style-type: none"><li>o Reduzir custos de produção ou distribuição</li><li>o Melhorar a qualidade/eficiência</li><li>o Produzir/Distribuir produtos (bem/serviço) inovadores</li></ul></li> <li>? Técnicas, Equipamentos e Softwares NOVOS ou SIGNIFICATIVAMENTE MELHORADOS aplicados em:<ul style="list-style-type: none"><li>o Métodos de Produção: técnicas, equipamentos e softwares utilizados para produzir Bens ou Serviços</li> <li>o Métodos de Distribuição: logística, equipamentos, softwares e técnicas para fornecer insumos, alocar suprimentos e entregar produtos finais</li> <li>o Atividades de Suporte: compras, contabilidade, computação e manutenção</li></ul></li></ul>
--	----------------------	---

	<p>INOVAÇÃO DE MARKETING</p>	<p>? Implementação de um NOVO método de Marketing (não utilizado anteriormente pela empresa)</p> <p>? Visam:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o atender novas necessidades abrindo novos mercados</li> <li>o aumentar as vendas reposicionando o produto no mercado</li> </ul> <p>? Envolvem mudanças significativas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o na concepção (design) do produto ou na embalagem</li> <li>o no posicionamento do produto (novas formas de venda)</li> <li>o na promoção (novas mídias ou técnicas)</li> <li>o na fixação do preço (novos métodos de fixação)</li> </ul>
	<p>INOVAÇÃO ORGANIZACIONAL</p>	<p>? Implementação de um NOVO método (conceito) Organizacional</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o não utilizado anteriormente pela empresa</li> <li>o resultado de decisão da alta gerência</li> <li>o visando a melhoria do desempenho da empresa</li> </ul> <p>? Geram mudanças significativas (não sua apenas concepção):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o nas <u>práticas de negócio</u> da empresa (métodos para a organização de rotinas e procedimentos)</li> <li>o na <u>organização do local de trabalho</u> (distribuição de responsabilidades e poder)</li> <li>o nas suas <u>relações externas</u> (novas arquiteturas de relacionamento com outras firmas e instituições)</li> </ul>

DISTINÇÃO ENTRE INOVAÇÕES	PRODUTO x PROCESSO	<p>? É clara nos Bens, menos evidente nos Serviços</p> <p>? Se modificar <b>características</b> do Serviço oferecidas aos consumidores, é de PRODUTO</p> <p>? Se inovar em métodos, equipamentos e habilidades <u>aplicados no desenvolvimento</u> de serviços inovadores é de PROCESSO</p> <p>? Se envolver os dois âmbitos, é de PRODUTO e de PROCESSO.</p>
	PRODUTO (BEM) X MARKETING	<p>? Será de MARKETING se as mudanças se limitarem ao <u>design</u> do produto</p> <p>? Será de PRODUTO se implicarem em mudanças significativas nas <u>características funcionais ou de uso</u></p>
	PRODUTO (SERVIÇO) X MARKETING	<p>? Será de MARKETING se envolver um método de Marketing</p> <p>? Será de PRODUTO se envolver um Serviço oferecido aos consumidores</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Introdução de Sistema de Vendas pela Internet: <ul style="list-style-type: none"> <li>✍ de MARKETING se for uma empresa que vende Bens (mudança de posicionamento)</li> <li>✍ de PRODUTO se for uma empresa de Comércio Eletrônico</li> </ul> </li> </ul>
	PROCESSO X MARKETING	<p>? PROCESSO: inovação em métodos de produção e de distribuição e outras atividades auxiliares visando:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o redução de custos unitários</li> <li>o aumento de qualidade do produto</li> </ul> <p>? MARKETING: no posicionamento do produto e na sua reputação, visando:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o aumento de volume de vendas</li> <li>o aumento de fatia de mercado</li> </ul>

<p>DISTINÇÃO ENTRE INOVAÇÕES</p>	<p>PROCESSO X ORGANIZACIONAL</p>	<p>? Ambos os tipos visam (entre outras coisas) reduzir custos por meio de conceitos novos e mais eficientes de produção, distribuição e organização interna</p> <p>? Muitas inovações contêm aspectos dos dois tipos</p> <p>? PROCESSO: implementação de novos equipamentos, softwares, técnicas e procedimentos</p> <p>? ORGANIZACIONAL: novos métodos (conceitos) de organização do trabalho das pessoas</p>
	<p>MARKETING X ORGANIZACIONAL</p>	<p>? A inovação de Marketing é um tipo de inovação Organizacional que envolve aperfeiçoamento dos métodos de Marketing</p>

ÂMBITO DA INOVAÇÃO		<ul style="list-style-type: none"> <li>? Empresa (<i>requisito mínimo para ser considerada inovação</i>)</li> <li>? Mercado (Regional, Nacional, Setorial)</li> <li>? Mundo (todos os mercados)</li> </ul>
TIPO DA INOVAÇÃO		<ul style="list-style-type: none"> <li>? Radical</li> <li>? Incremental</li> </ul>
FOCO DA INOVAÇÃO		<ul style="list-style-type: none"> <li>? Atividade Primária de Produção</li> <li>? Atividade Secundária (executada pela unidade produtiva em adição)</li> <li>? Atividade Ancilar (executada pela empresa em suporte)</li> </ul>
ATIVIDADE DE INOVAÇÃO		<ul style="list-style-type: none"> <li>? Etapas científicas, tecnológicas, organizacionais, financeiras e comerciais</li> <li>? Conduzem (ou visam conduzir) à <u>implementação</u> de inovações</li> </ul>